A stack of seven books of varying thicknesses and colors (orange, light blue, white) is positioned vertically in the center of the page. The books are slightly offset to the right, creating a sense of depth. The background is a light blue gradient with a white circular arc on the left and a blue circular arc on the bottom right. The INSETE logo is at the top center.

INSETE

Ετήσια Έκθεση Εκπαιδευτικού Αποτυπώματος ΙΝΣΕΤΕ

Διεύθυνση Εκπαίδευσης

2024-2025

Διευκρινίσεις και ειδικοί όροι:

- Η παρούσα έκθεση αποτελεσμάτων αξιολόγησης Executive Seminars 2024-2025 & έρευνας εκπαιδευτικών αναγκών αποτελεί αποκλειστική πνευματική ιδιοκτησία του ΙΝΣΕΤΕ.
- Επιτρέπεται η αναδημοσίευση, υπό τον όρο της ρητής αναφοράς της πηγής προέλευσης.
- Αν και έχει επιδειχθεί η δέουσα επιμέλεια ως προς τον έλεγχο των στοιχείων που χρησιμοποιήθηκαν και των εκτιμήσεων που παρουσιάζονται στην παρούσα έκθεση, το Ινστιτούτο ΣΕΤΕ (ΙΝΣΕΤΕ) δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνο για τυχόν αποκλίσεις των πληροφοριών που αναφέρονται στην έκθεση ή για τυχόν παραλείψεις. Οι εκτιμήσεις και πληροφορίες που περιέχονται στην παρούσα έκθεση δίδονται για ενημερωτικούς και μόνο σκοπούς και όχι για εμπορικούς, επενδυτικούς, νομικούς ή άλλους σκοπούς. Η χρήση ή στήριξη στην έκθεση από οποιοδήποτε μέρος και τυχόν αποφάσεις που βασίζονται σε αυτήν αποτελούν αποκλειστική υπευθυνότητα αυτών που χρησιμοποιούν την έκθεση. Το ΙΝΣΕΤΕ δε φέρει καμιά ευθύνη ή υποχρέωση για ζημίες που μπορεί να προκύψουν σε οποιοδήποτε, ως αποτέλεσμα αποφάσεων που τυχόν ληφθούν βασισμένες στην παρούσα έκθεση.

Executive Summary

Το **ΙΝΣΕΤΕ** έχει διαμορφώσει ένα πολυδιάστατο hub μάθησης που αντανακλά την αποστολή του για συνεχή αναβάθμιση του ανθρώπινου δυναμικού στον ελληνικό τουρισμό. Το εκπαιδευτικό του αποτύπωμα αναδεικνύεται μέσα από ένα ευρύ φάσμα δράσεων, που εκτείνονται από προγράμματα μεγάλης συμμετοχής έως εξειδικευμένα σεμινάρια υψηλής προστιθέμενης αξίας. Καλύπτοντας όλες τις βαθμίδες και ανάγκες του τομέα, το **ΙΝΣΕΤΕ** αφήνει ένα σαφές αποτύπωμα στην ανάπτυξη δεξιοτήτων, ενισχύοντας την ανταγωνιστικότητα των επαγγελματιών και καλλιεργώντας μια κουλτούρα διαρκούς εξέλιξης στον ελληνικό τουρισμό.

Οι εκπαιδευτικές δράσεις του Ινστιτούτου, οι οποίες περιλαμβάνουν το **Σχολείο Τουρισμού OnTour**, τις συνεργασίες με **eCornell**, **ALBA Graduate Business School** και **Wines & Spirits Professional Center (WSPC)**, την ψηφιακή εργαλειοθήκη **INSETE ToolKIT** καθώς και τα **Executive Seminars**, συγκροτούν ισότιμους άξονες μίας συνεκτικής και μακροπρόθεσμης στρατηγικής εκπαίδευσης και ανάπτυξης, προσανατολισμένης στην ποιοτική αναβάθμιση και τη διαρκή ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας του εγχώριου τουριστικού προϊόντος.

Το **Σχολείο Τουρισμού OnTour** ενισχύει τις τοπικές κοινωνίες μέσα από ανοιχτές δράσεις διάχυσης γνώσης. Στο πλαίσιο της συνεργασίας με το διεθνώς αναγνωρισμένο για την ποιοτική παροχή εκπαιδευτικών προγραμμάτων, πανεπιστήμιο του **eCornell** παρέχεται πρόσβαση σε διεθνώς αναγνωρισμένα courses και πιστοποιήσεις με έμφαση στη διοίκηση, τη βιωσιμότητα και τη στρατηγική σκέψη.

Η συνεργασία με το **(WSPC)** εμπλουτίζει τις δεξιότητες στον χώρο των ποτών και της φιλοξενίας, ενώ η στρατηγική σύμπραξη με το **ALBA**, εισάγει καινοτόμες θεματικές όπως το digital marketing, το revenue management και την τεχνητή νοημοσύνη σε format ασύγχρονης εκπαίδευσης. Επιπλέον η πλατφόρμα **INSETE ToolKIT** λειτουργεί ως ανοιχτή ψηφιακή εργαλειοθήκη, παρέχοντας πρακτικά εργαλεία, βέλτιστες πρακτικές και περιεχόμενο αιχμής σε πράσινες δεξιότητες, επιχειρηματικότητα και τουριστικού management.

Μέσα σε αυτό το πλαίσιο, τα **Executive Seminars** αποτελούν τον πλέον στοχευμένο μηχανισμό επαγγελματικής ενδυνάμωσης. Κατά την περίοδο 2024–2025 πραγματοποιήθηκαν 65 σεμινάρια σε ισάριθμες θεματικές, με δείγμα αξιολόγησης που ξεπέρασε τα 940 ερωτηματολόγια. Τα αποτελέσματα καταγράφουν σταθερά υψηλή αποδοχή, με σχεδόν 9 στους 10 συμμετέχοντες να τα αξιολογούν με 9 ή 10. Το Net Promoter Score ανήλθε στο 88%, αποτυπώνοντας την προθυμία των επαγγελματιών να τα προτείνουν σε συναδέλφους και συνεργάτες.

Η πρακτική αξία της γνώσης αναγνωρίζεται ως καθοριστικός παράγοντας επιτυχίας, καθώς οι συμμετέχοντες δήλωσαν ότι το περιεχόμενο είναι άμεσα εφαρμόσιμο στην εργασία τους. Το κοινό των σεμιναρίων χαρακτηρίζεται από πολυμορφία – από εργαζόμενους πρώτης γραμμής έως διευθυντές και ιδιοκτήτες – ενώ η γεωγραφική απήχηση καλύπτει σχεδόν το σύνολο των τουριστικών περιφερειών, με έμφαση σε Κρήτη, Αττική και Δωδεκάνησα.

Η έρευνα κατέγραψε επίσης τις προτιμήσεις των συμμετεχόντων για ευέλικτες μορφές μάθησης (online και υβριδικές), καθώς και τις μελλοντικές ανάγκες του κλάδου: ηγεσία, γαστρονομία, προσωπική ανάπτυξη, στρατηγική σκέψη, συνεργασία, καινοτομία και ψηφιακή επάρκεια. Τα ευρήματα αυτά ενισχύουν τη στρατηγική στόχευση του ΙΝΣΕΤΕ στην καλλιέργεια δεξιοτήτων που συνδυάζουν επαγγελματική αριστεία με βιώσιμη καινοτομία.

Key Findings

- **Σταθερά υψηλή αποδοχή:** Σχεδόν 9 στους 10 συμμετέχοντες αξιολόγησαν τα Executive Seminars με 9 ή 10.
- **Ισχυρό NPS:** Το 88% των συμμετεχόντων θα πρότεινε τα σεμινάρια σε συνεργάτες ή φίλους.
- **Άμεσα εφαρμόσιμες γνώσεις:** Η πλειοψηφία δήλωσε ότι το περιεχόμενο είναι πρακτικό και αξιοποιείται άμεσα στην εργασία τους.
- **Πολυσύνθετο κοινό:** Από εργαζόμενους πρώτης γραμμής έως διευθυντές και ιδιοκτήτες επιχειρήσεων, τα σεμινάρια καλύπτουν όλες τις βαθμίδες του τουριστικού κλάδου.
- **Διευρυμένη γεωγραφική απήχηση:** Ιδιαίτερα υψηλή συμμετοχή από την Κρήτη, την Αττική και τα Δωδεκάνησα, με παρουσία από το σύνολο σχεδόν των τουριστικών περιφερειών.
- **Ευελιξία στη μάθηση:** Αυξημένη προτίμηση για online και υβριδικά μοντέλα εκπαίδευσης, με στόχο μεγαλύτερη προσαρμοστικότητα στις ανάγκες των επαγγελματιών.
- **Μελλοντικές ανάγκες:** Έμφαση σε θεματικές ηγεσίας, γαστρονομίας και προσωπικής ανάπτυξης, καθώς και σε δεξιότητες στρατηγικής σκέψης, συνεργασίας, καινοτομίας και ψηφιακής επάρκειας.
- **Συνολικό εκπαιδευτικό αποτύπωμα ΙΝΣΕΤΕ:** Μέσα από το Σχολείο Τουρισμού OnTour, το ΙΝΣΕΤΕ ToolKIT και τις συνεργασίες με eCornell, ALBA Graduate Business School και WSPC, το Ινστιτούτο διαμορφώνει ένα ολοκληρωμένο ψηφιδωτό μάθησης για τους απασχολούμενους στον τομέα του τουρισμού.

Πίνακας Περιεχομένων

1.	Η Διεύθυνση Εκπαίδευσης του ΙΝΣΕΤΕ	7
1.1	Το ψηφιδωτό των εκπαιδευτικών δράσεων του ΙΝΣΕΤΕ	7
1.2	Σχολείο Τουρισμού OnTour	8
1.2.1.	Σχολείο Τουρισμού OnTour Νοτίου Αιγαίου	8
1.2	eCornell	8
1.3	WSPC.....	13
1.4	ALBA Graduate Business School-INSETE	14
1.5	Εργαλειοθήκη INSETE ToolKIT	15
2.	Ταυτότητα Έρευνας	17
2.1	Δημογραφικά στοιχεία	17
2.2.	Προτιμήσεις στην εκπαίδευση και κατάρτιση	22
3	Αξιολογήσεις	24
3.1	Γενική αξιολόγηση σεμιναρίων	24
3.2	Γενική αξιολόγηση εισηγητών	26
3.3	Net Promoter Score	27
4	Επίπεδο γνώσεων	28
5	Προσέλκυση προσωπικού επιχειρήσεων φιλοξενίας	30
5.1	Η έλλειψη του προσωπικού στις επιχειρήσεις φιλοξενίας	30
5.2	Αρνητικές Επιδράσεις στη λειτουργία των επιχειρήσεων φιλοξενίας	33
5.3	Τρόποι προσέλκυσης προσωπικού.....	34
6	Δεξιότητες και Σύγχρονες πρακτικές στις επιχειρήσεις φιλοξενίας	35
6.1	Πρακτικές βιωσιμότητας στις επιχειρήσεις	36
6.2	Πρακτικές D.E.I. στις επιχειρήσεις	38
6.3	Ψηφιακές δεξιότητες στους εργαζομένους	39
7	Το μέλλον της εκπαίδευσης	41
7.1	Επιθυμητές κατηγορίες θεματικών για μελλοντικά σεμινάρια	41
7.2	Επιθυμητές δεξιότητες	42
8	Επίλογος-Συμπεράσματα	44

Το Portfolio των Εκπαιδευτικών Δράσεων του ΙΝΣΕΤΕ

1. Η Διεύθυνση Εκπαίδευσης του ΙΝΣΕΤΕ

Η Διεύθυνση Εκπαίδευσης του ΙΝΣΕΤΕ έχει ως βασικό της μέλημα την καταγραφή και ανάλυση των εκπαιδευτικών αναγκών των επαγγελματιών του τουρισμού. Με φυσική παρουσία σε τουριστικούς προορισμούς ανά την Ελλάδα, προσεγγίζει τους ανθρώπους του κλάδου, αφουγκράζεται τις ιδιαιτερότητες κάθε περιοχής και επιχειρεί να κατανοήσει τη λειτουργία και τις προκλήσεις των τοπικών επιχειρήσεων, προκειμένου να σχεδιάζει και να προσφέρει στοχευμένα και εξειδικευμένα προγράμματα εκπαίδευσης.

Με μια δυναμική ομάδα που εξελίσσεται διαρκώς, το ΙΝΣΕΤΕ υλοποιεί σεμινάρια, συνέδρια και στρατηγικές συνεργασίες με φορείς και επαγγελματίες, εστιάζοντας στην ανάπτυξη δεξιοτήτων, ικανοτήτων και σύγχρονης επαγγελματικής κουλτούρας στον τουριστικό τομέα. Παράλληλα, εποπτεύει και παρέχει επιστημονική υποστήριξη σε όλες τις δράσεις επαγγελματικής κατάρτισης που εντάσσονται σε συγχρηματοδοτούμενα προγράμματα, συμβάλλοντας ενεργά στη διασφάλιση της ποιότητας στις παρεχόμενες τουριστικές υπηρεσίες.

Προάγοντας τη συνεχή εκπαίδευση και προσωπική εξέλιξη, το ΙΝΣΕΤΕ επενδύει συστηματικά στην ανάπτυξη του ανθρώπινου δυναμικού του τουρισμού και συμβάλλει ουσιαστικά στην αναβάθμιση του κλάδου μέσα από την ενίσχυση της γνώσης, της κατάρτισης και της επαγγελματικής αριστείας.

1.1 Το ψηφιδωτό των εκπαιδευτικών δράσεων του ΙΝΣΕΤΕ



Executive Seminars



Σχολείο Τουρισμού OnTour



Cornell



WSPC



Alba Graduate Business School



Εργαλειοθήκη

1.2 Σχολείο Τουρισμού OnTour

Από το 2018 έως και σήμερα, έχουν υλοποιηθεί 22 Σχολεία Τουρισμού OnTour (ΣΤΟΤ) σε 20 προορισμούς ανά την Ελλάδα. 4394 άτομα έχουν συμμετάσχει στις ομιλίες και 1043 στα εργαστήρια. Ο αριθμός των ομιλιών ξεπέρασε τις 140 ενώ οι εθελοντές ήταν 233 και οι ομιλητές 158. Η συνολική αξιολόγηση των εκδηλώσεων είναι στο 64% με την πρόθεση των συμμετεχόντων να λάβουν μέρος και σε επόμενη διοργάνωση να φτάνει στο 85%.

1.2.1. Σχολείο Τουρισμού OnTour Νοτίου Αιγαίου

Το 2025, πραγματοποιήθηκε με ιδιαίτερη επιτυχία στην Κάρπαθο, το «Σχολείο Τουρισμού OnTour», μια πρωτοβουλία που συνδιοργανώθηκε από το ΙΝΣΕΤΕ και τον Δήμο Καρπάθου με την υποστήριξη της Marketing Greece και της Tourix.

Η συμμετοχή ξεπέρασε τα 100 άτομα, αριθμός που καταδεικνύει την ισχυρή διάθεση της τοπικής κοινωνίας να επενδύσει στην ενίσχυση των δεξιοτήτων και στην αναβάθμιση της τουριστικής εμπειρίας. Η θεματολογία της δράσης επικεντρώθηκε σε ζητήματα που απασχολούν τον σύγχρονο τουριστικό τομέα, όπως η εμπειρία του επισκέπτη, η διαχείριση των διαδικτυακών αξιολογήσεων, καθώς και η παρακίνηση και ενδυνάμωση των ανθρώπων του τουρισμού.

1.2 eCornell

Το πρόγραμμα eCornell Courses & Certificates powered by INSETE αποτελεί μια στρατηγική συνεργασία μεταξύ του ΙΝΣΕΤΕ και του Πανεπιστημίου Cornell, προσφέροντας αποκλειστικά στους επαγγελματίες του ελληνικού τουριστικού κλάδου πρόσβαση σε υψηλού επιπέδου διαδικτυακά μαθήματα και πιστοποιήσεις. Κάθε χρόνο, διατίθενται 100 courses στην τιμή των \$219 ανά course ενώ στη συνέχεια οι συμμετέχοντες μπορούν να αγοράσουν απεριόριστο αριθμό courses στην τιμή των \$354 ανά course.

Για το διάστημα Απριλίου 2024-Απριλίου 2025 που υλοποιείται η εκπαιδευτική δράση του eCornell, οι θεματικές των Courses που επελέγησαν από το κοινό του ΙΝΣΕΤΕ παρουσιάζονται στους πίνακες **1.3.1.** και **1.3.2.**

Πίνακας 1.3.1. Certificates

Τίτλος Certificate	Σύνολο
Critical Thinking	1
Leadership Essentials	1
Hospitality Management	1
Sustainable Tourism Destination Management	1
Hospitality Management	1
Hospitality Management 360	1
	6

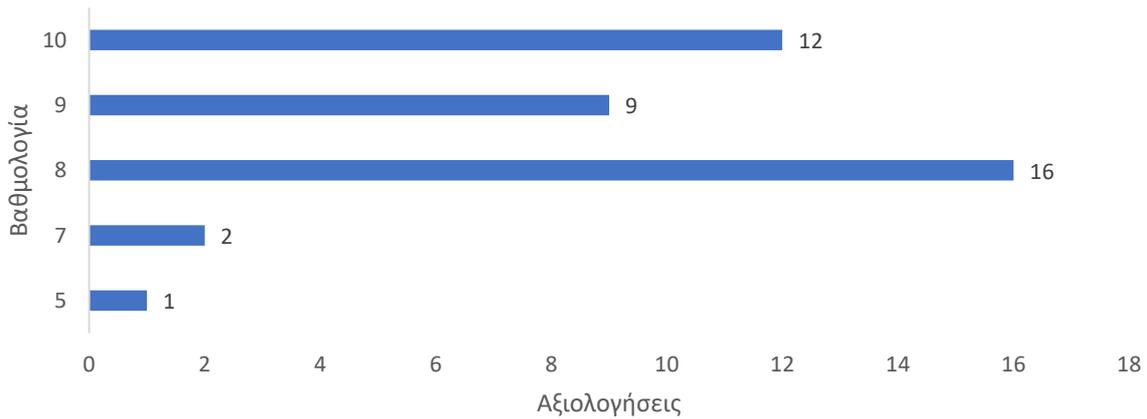
Πίνακας 1.3.2. Courses 11/04/2024-10/04/2025 (\$219)

Course Title	Σύνολο
Achieving Hotel Asset Management Objectives	1
Adding Value with Special Events	1
Aligning Employee Performance with Organizational Goals	1
Applying Managerial Accounting Tools to Improve Flow Through	4
Assessing Opportunities in Owned Digital Media	4
Assessing Opportunities in Paid Digital Media	2
Becoming a Powerful Leader	7
Benchmarking Hotel Performance	2
Building Guest Loyalty	5
Building High-Performing Teams	2
Consulting Skills for Internal HR	8
Control of Hotel Real Estate	1
Countering Bias in the Workplace for HR	8
Developing an Asset Management Strategy	1
Digital Transformation in Marketing	2
Displacement and Negotiated Pricing	5
Diversity, Equity, and Inclusion at Work	1
Driving Engagement for HR	2
Employee Training and Development	6
Essentials of Marketing Strategy	1
Evaluating Business and Customer Factors Affecting Marketing Decisions for Services	7
Examining the Uniform System of Accounts for the Lodging Industry (USALI)	2
Facilitating Staffing Decisions	1
Financial Analysis of Hotel Investments	1
Forecasting and Availability Controls in Hotel Revenue Management	3
Fostering a Coaching Culture	4
Fostering an Inclusive Climate	3
Foundations of Hotel Planning	1

Growth Marketing With AI	1
Hotel Back-of-House Design	1
Hotel Guestroom Design	1
Hotel Public Space Design	1
Implementing Brand Strategy Through Digital Media	1
Initial Hotel Planning Decisions	2
Introduction to Hotel Operations	8
Introduction to Hotel Revenue Management	5
Introduction to Restaurant Revenue Management	1
Leading Your Team to Optimize Results	2
Managing Meal Duration and Reservations	1
Managing Your Food and Beverage Supply Chain	2
Marketing Automation and AI	8
Marketing the Hospitality Brand Through Digital Media	2
Monitoring and Controlling Projects	1
Navigating Labor Relations	1
Non-Traditional Applications of Hotel Revenue Management	5
Operating a Profitable and Responsible Beverage Program	1
Optimizing Your Food and Beverage Menu	1
Overbooking Practices in Hotel Revenue Management	5
Practicing Servant Leadership	1
Preparing the Operating Budgets and Monitoring Performance	4
Price and Inventory Controls	5
Price Sensitivity and Pricing Decisions	6
Pricing Strategy and Distribution Channels in Hotel Revenue Management	4
Search Engines and Online Selling: Stimulating Incremental Demand	5
Segmentation and Price Optimization	3
Services Marketing Planning and Management	1
Total Rewards Compensation	2
Using Financial Statements for Decision Making	2
Utilizing Income Statements and Operational Data	1
Valuing Hotel Intellectual Property and Structuring the Capital Stack	1
Valuing Hotel Investments Through Effective Forecasting	1
	163

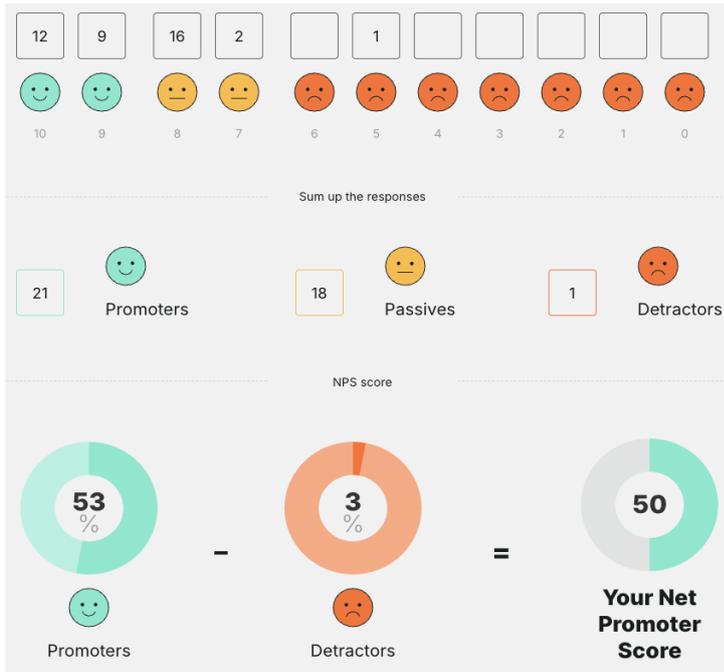
Στο πλαίσιο της διερεύνησης της ικανοποίησης των συμμετεχόντων από την παρακολούθηση των προγραμμάτων, είναι ιδιαίτερα ενθαρρυντικό το γεγονός ότι ο βαθμός ικανοποίησής τους φτάνει στο 9,3 και το Net Promoter Score φτάνει στο 50 (Αναλυτικά οι απαντήσεις των συμμετεχόντων στην έρευνα στο **Γράφημα 1.3α.**).

Γράφημα 1.3α. Net Promoter Score



Όπως αποτυπώνεται στο σύνολο του NPS βαθμολογικής κλίμακας 0 έως 10 (**Γράφημα 1.3β**), 21 εκ των συμμετεχόντων στην έρευνα, βαθμολόγησαν την εκπαιδευτική τους εμπειρία με 9 και 10, εκφράζοντας με σαφήνεια τη θετική τους πρόθεση να συστήσουν την εκπαίδευση σε φίλους ή συνεργάτες τους. Επίσης 18 εξ αυτών βαθμολόγησαν διατήρησαν θετική προς ουδέτερη στάση στην πρόθεση σύστασης κάποιου προγράμματος σε φίλους ή συνεργάτες. Τέλος μόλις ένας βαθμολόγησε με πέντε (5) τη διάθεσή του να προτείνει τα προγράμματα του eCornell εκφράζοντας την δυσαρέσκειά του.

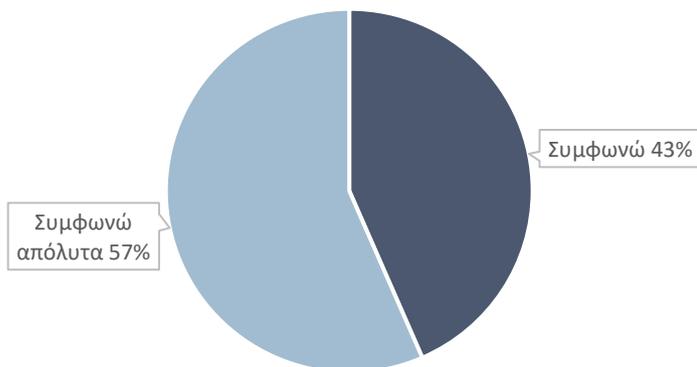
Γράφημα 1.3β Net Promoter Score



Ένα ισχυρό στοιχείο που επιβεβαιώνει τον υψηλό βαθμό ικανοποίησης των συμμετεχόντων από την παρακολούθηση των προγραμμάτων του eCornell, είναι το γεγονός της απόκτησης νέας γνώσης η οποία είναι άμεσα εφαρμόσιμη και ωφέλιμη για την επιχείρηση στην οποία εργάζονται.

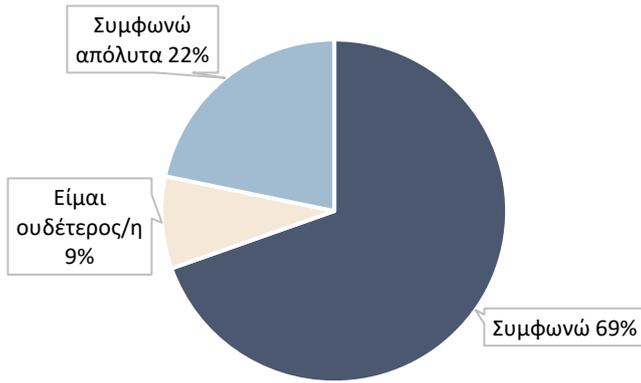
Συγκεκριμένα, το 57% των συμμετεχόντων στην έρευνα ικανοποίησης του eCornell, δηλώνουν απόλυτα βέβαιοι πως αποκόμισαν νέες γνώσεις και δεξιότητες από το πρόγραμμα της επιλογής τους, ενώ το υπόλοιπο 43% δηλώνουν βέβαιοι (**Γράφημα 1.3.1.**).

Γράφημα 1.3.1. Απόκτηση νέας γνώσης



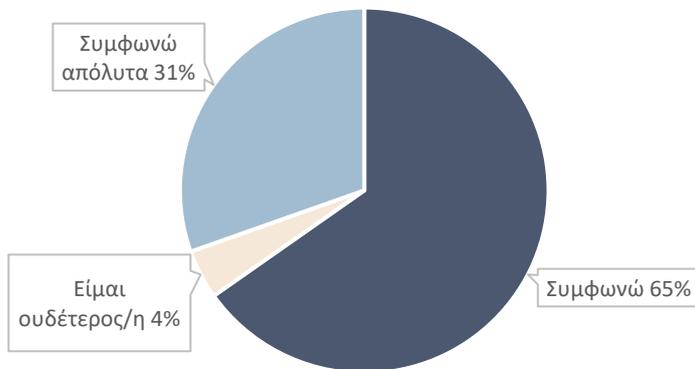
Παράλληλα το 69% πιστεύουν πως οι αποκτηθείσες δεξιότητες είναι άμεσα εφαρμόσιμες στον οργανισμό που απασχολούνται επί του παρόντος ή μελλοντικά (**Γράφημα 1.3.2.**).

Γράφημα 1.3.2. Απόκτηση άμεσα εφαρμόσιμης γνώσης



Το 65% συμφωνούν πως η επιμόρφωση που έλαβαν είναι ωφέλιμη για την ομάδα και τον οργανισμό που εργάζονται επί του παρόντος, αλλά και μελλοντικά (**Γράφημα 1.3.3.**).

Γράφημα 1.3.3. Ωφέλιμη γνώση για την ομάδα και τον οργανισμό μου



1.3 WSPC

Το WSPC® είναι Πιστοποιημένος Εκπαιδευτικός Οργανισμός από το Υπουργείο Παιδείας & Θρησκευμάτων και τον Εθνικό Οργανισμό Πιστοποίησης Προσόντων & Επαγγελματικού Προσανατολισμού (Ε.Ο.Π.Π.Ε.Π.), στα Αλκοολούχα Ποτά: Κρασιά – Αποστάγματα & Οινοχοΐα καθώς και στα Μη-Αλκοολούχα Ποτά: Καφές – Κακάο – Τσάι και Νερό.

Σε συνεργασία με το Wine & Spirit Education Trust (*WSET*®), το Court of Master Sommeliers (MS) και το Beverage Standards Association (BSA) που εδρεύουν στη Μεγάλη

Βρετανία, παρέχει τη δυνατότητα διεπαγγελματικών σπουδών με παγκόσμια ισχύ και αναγνώριση στους Τίτλους Σπουδών του, στους τομείς της Εστίασης, της Φιλοξενίας και του Τουρισμού αλλά και στα πεδία των Κρασιών, Αποσταγμάτων, Καφέ, Κακάο και Τσαί.

Το **ΙΝΣΕΤΕ** από το 2023 σε συνεργασία με το **WSPC** προσφέρει στους επαγγελματίες του τουρισμού τη δυνατότητα να ενισχύσουν τις γνώσεις και τις δεξιότητές τους στο κρασί, στα αποστάγματα και στα μη αλκοολούχα ποτά. Μέσω της στρατηγικής αυτής συνέργειας, οι επαγγελματίες του κλάδου αποκτούν πρόσβαση στα υψηλού επιπέδου εκπαιδευτικά προγράμματα του WSPC, σε ιδιαίτερα προνομιακές τιμές συμμετοχής.

Από την έναρξη της συνεργασίας έως και σήμερα, από τη συνεργασία αυτή έχουν ωφεληθεί 100 και πλέον απασχολούμενοι στον τουρισμό παρακολουθώντας τα δημοφιλή προγράμματα της WSPC με μειωμένα δίδακτρα. Για το 2024, οι θεματικές που προτιμήθηκαν από το κοινό του ΙΝΣΕΤΕ παρατίθενται αναλυτικά στον **Πίνακα 1.4**.

Πίνακας 1.4. Τίτλοι προγραμμάτων του WSPC που διατέθηκαν το 2024

Τίτλος Προγράμματος	Σύν.Αριθμός
Combo Επιπέδων 1 & 2/ WSET Levels 1 & 2 Award in Wines ΑΘΗΝΑ	15
Επίπεδο 1/ WSET Level 1 Award in Wines ΑΘΗΝΑ	2
Επίπεδο 2/ WSET Level 2 Award in Wines ΑΘΗΝΑ	6
WSG Spanish Wine Scholar	2
Επίπεδο 1 BSA Level 1 Plus: Καφέ, Τσαί, Κακάο	2
Επίπεδο 1/ WSPC Level 1 Award in Sake Αθήνα	3

1.4 ALBA Graduate Business School-ΙΝΣΕΤΕ

Το **ΙΝΣΕΤΕ** και το **Alba Graduate Business School** εγκαινίασαν μια στρατηγική συνεργασία με στόχο την αναβάθμιση της τουριστικής εκπαίδευσης στην Ελλάδα. Σκοπός της συνεργασίας είναι η ικανοποίηση των συνεχώς εξελισσόμενων εκπαιδευτικών αναγκών του τουριστικού τομέα, η ενίσχυση της επαγγελματικής ανάπτυξης του ανθρώπινου δυναμικού και η προώθηση της δια βίου μάθησης.

Η σύμπραξη αυτή συνδυάζει την ακαδημαϊκή τεχνογνωσία του Alba με την εξειδικευμένη γνώση του ΙΝΣΕΤΕ στον τομέα του τουρισμού, προσφέροντας μια σειρά ευέλικτων και καινοτόμων διαδικτυακών μαθημάτων (Distance Learning Courses on Demand). Το πρόγραμμα εγκαινιάστηκε με την παροχή τεσσάρων εκπαιδευτικών ενοτήτων, οι οποίες κάλυπταν καίρια ζητήματα που απασχολούν τις τουριστικές επιχειρήσεις και τους

επαγγελματίες του κλάδου. Οι θεματικές που προσφέρθηκαν αφορούσαν τους τομείς: **«Recruitment and Selection»**, **«Digital Marketing»**, **«Revenue Management»** και **«A.I.: The Future of Work»**, και ήταν άμεσα προσβάσιμες μέσω της ψηφιακής πλατφόρμας που δημιουργήθηκε στο πλαίσιο της συνεργασίας.

Κάθε εκπαιδευτικός κύκλος είχε σχεδιαστεί ώστε να συνδυάζει την ακαδημαϊκή προσέγγιση με την πρακτική εφαρμογή, αξιοποιώντας τη διδακτική εμπειρία των καθηγητών του ALBA καθώς και την τεχνογνωσία των επαγγελματιών-εκπαιδευτών του ΙΝΣΕΤΕ.

Κάθε εκπαιδευτική ενότητα συνδυάζει θεωρητική γνώση με πρακτικές εφαρμογές, υπό την καθοδήγηση ακαδημαϊκών του Alba και επαγγελματιών εκπαιδευτών του ΙΝΣΕΤΕ. Το πρόγραμμα απευθύνεται σε στελέχη όλων των επιπέδων, με ιδιαίτερη έμφαση σε μεσαία στελέχη που επιδιώκουν να ενισχύσουν τις ηγετικές τους ικανότητες και να ανταποκριθούν στις προκλήσεις του τουριστικού τομέα.

Οι συμμετέχοντες έχουν την ευκαιρία να αναπτύξουν δεξιότητες όπως η βιώσιμη ανάπτυξη, η τεχνολογική επάρκεια, η καινοτομία, η συναισθηματική νοημοσύνη και η πελατοκεντρική προσέγγιση, συμβάλλοντας έτσι στην ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας των τουριστικών επιχειρήσεων.

1.5 Εργαλειοθήκη | INSETE TOOLKIT

Η πλατφόρμα insetetoolkit.gr αποτελεί μία ολοκληρωμένη ψηφιακή εργαλειοθήκη σχεδιασμένη από το ΙΝΣΕΤΕ, με στόχο την ενίσχυση της επαγγελματικής κατάρτισης και της βιώσιμης ανάπτυξης στον τομέα του τουρισμού. Προσφέρει εύχρηστο και δομημένο υλικό για εκπαιδευτές και επαγγελματίες, ενσωματώνοντας βέλτιστες πρακτικές, μελέτες περίπτωσης, καινοτόμες τεχνολογίες (όπως XR και εργαλεία μικτής πραγματικότητας), καθώς και στοχευμένες οδηγίες για την ενσωμάτωση πράσινων δεξιοτήτων και επιχειρηματικής σκέψης στην τουριστική εκπαίδευση. Τους τελευταίους 12 μήνες, συγκέντρωσε 1674 προβολές ενώ ενεργεί χρήστες είναι 1.400.

**Αποτελέσματα
Αξιολόγησης |
Έρευνα
Εκπαιδευτικών
Αναγκών
Executive Seminars
2024-2025**

2. Ταυτότητα Έρευνας

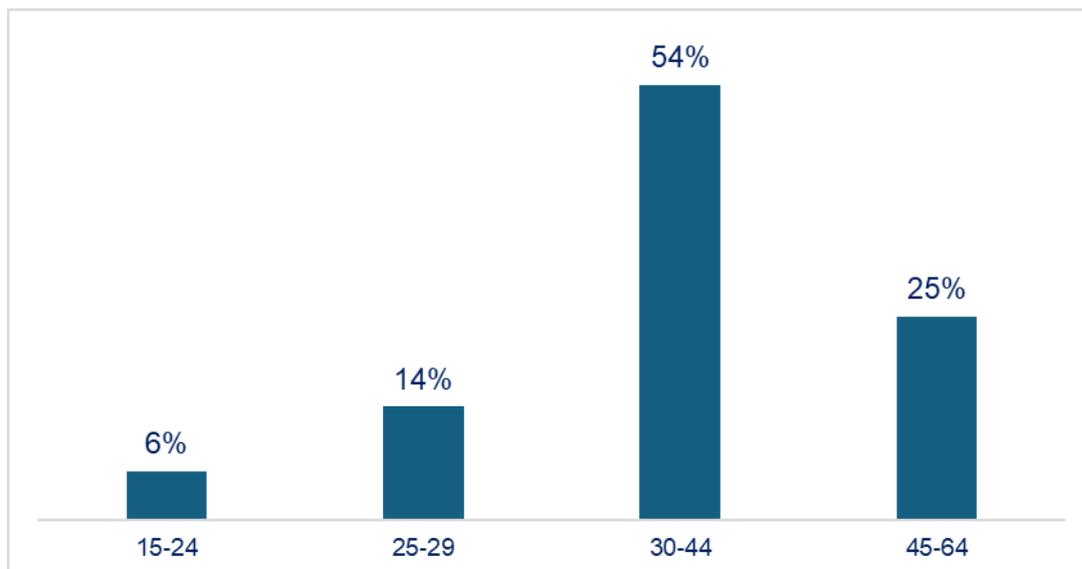
Την εκπαιδευτική περίοδο 2024-2025 πραγματοποιήθηκαν 65 σεμινάρια σε 65 θεματολογίες. Στην αξιολόγηση της ίδιας χρονικής περιόδου, συγκεντρώθηκαν 946 ερωτηματολόγια σε σύνολο 1423 που εστάλησαν, με το ποσοστό ανταπόκρισης να ανέρχεται στο 67%.



2.1 Δημογραφικά στοιχεία

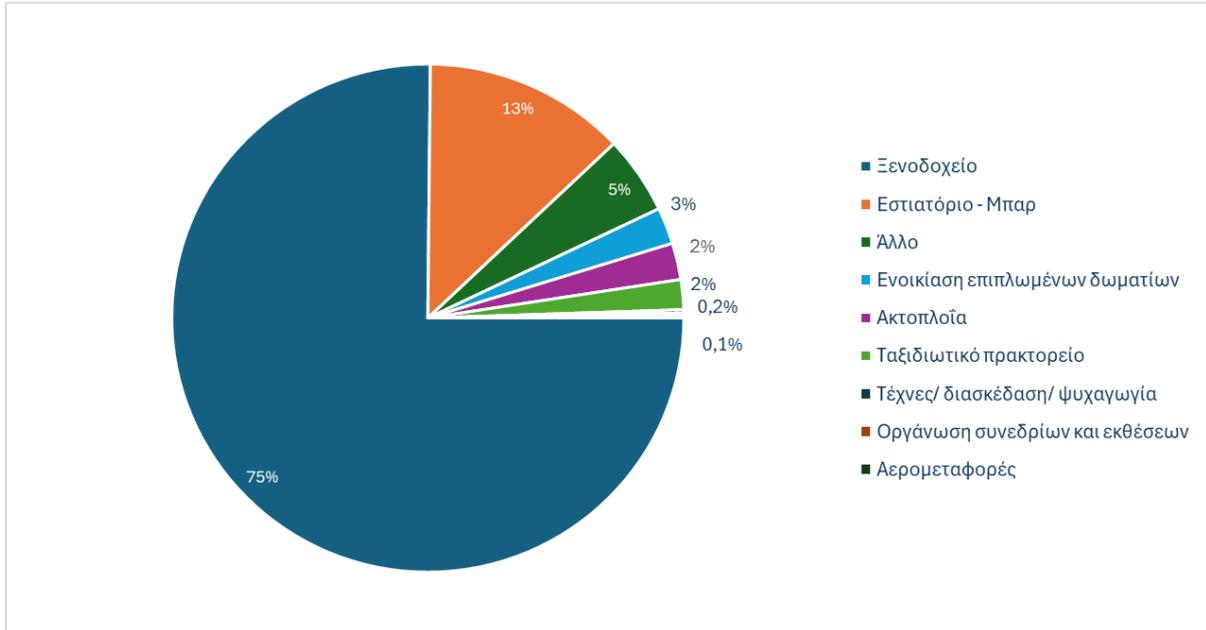
Στα Executive Seminars, το 54% των συμμετεχόντων είναι άνδρες και το 43% γυναίκες (3% του δείγματος δεν απάντησε στην ερώτηση). Περισσότεροι από ένας στους δύο συμμετέχοντες (54%) ανήκουν στην ηλικιακή ομάδα 30 έως 44 ετών, ενώ το 25% ανήκει στην ηλικιακή ομάδα 45 έως 64 ετών. Σε μικρότερο ποσοστό, όπως απεικονίζεται στο **Γράφημα 1.1.**, οι συμμετέχοντες είναι στην ηλικιακή ομάδα 15 έως 29 ετών (20%).

Γράφημα 1.1. Ηλικιακή Ομάδα συμμετεχόντων στα Executive Seminars



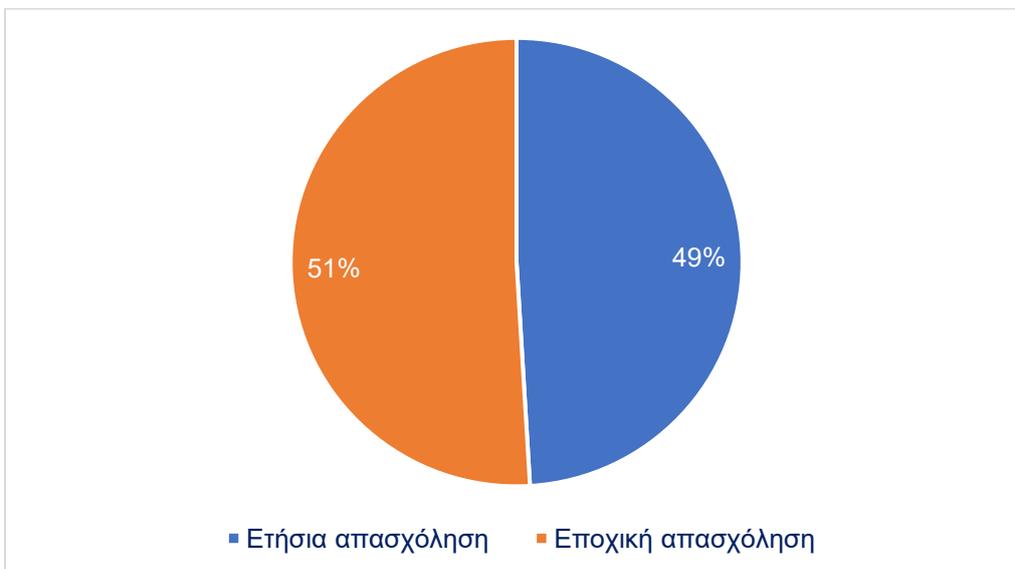
Η πλειοψηφία των συμμετεχόντων απασχολείται σε ξενοδοχεία (75%) ενώ οι υπόλοιποι διαμοιράζονται στους κλάδους της εστίασης (13%), των ταξιδιωτικών πρακτορείων (~2%), των ενοικιαζόμενων δωματίων και της ακτοπλοΐας (~2%), (Γράφημα 1.2.).

Γράφημα 1.2. Κλάδος απασχόλησης συμμετεχόντων στα Executive Seminars



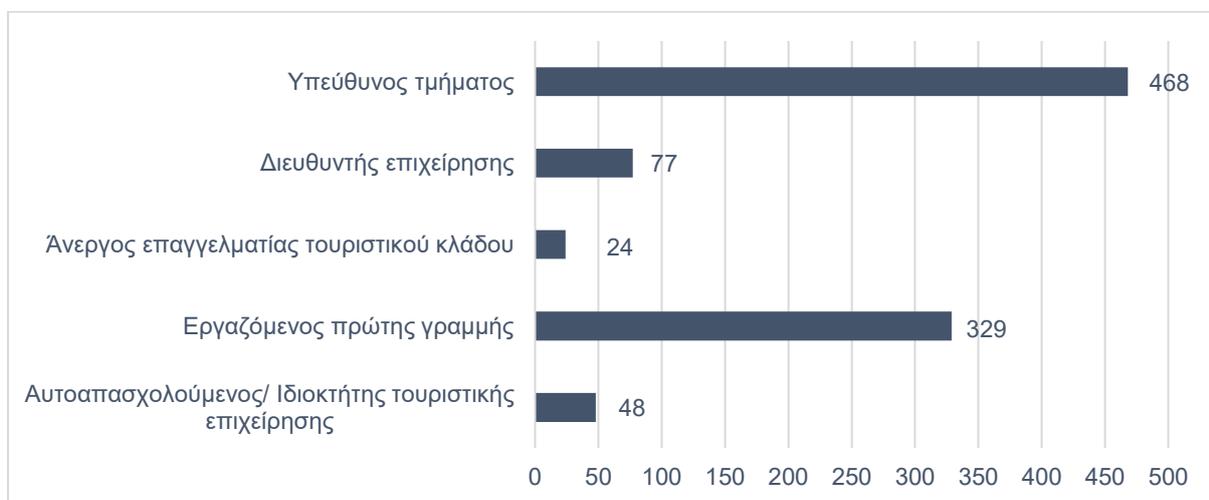
Όσον αφορά τον τύπο απασχόλησης των συμμετεχόντων στην έρευνα για το 2024-2025, το 51% είναι εποχικοί εργαζόμενοι, ενώ το υπόλοιπο 49% απασχολείται με ετήσια σύμβαση (Γράφημα 1.3.).

Γράφημα 1.3. Σχέση απασχόλησης



Τα Executive Seminars προσέλκυσαν επαγγελματίες από διάφορες βαθμίδες και ρόλους του τουριστικού κλάδου, γεγονός που αποτυπώνει τη δυναμική και τη διευρυμένη απήχησή τους. Η καταγραφή των επαγγελματικών ιδιοτήτων των συμμετεχόντων παρέχει χρήσιμα συμπεράσματα για το κοινό στο οποίο απευθύνεται η δράση και τις ανάγκες που καλείται να καλύψει. Η ανάλυση των δεδομένων που παρουσιάζονται στο Γράφημα 1.4. βοηθά στην κατανόηση του προφίλ των συμμετεχόντων και στην ενίσχυση του σχεδιασμού μελλοντικών εκπαιδευτικών πρωτοβουλιών.

Γράφημα 1.4. Σχέση απασχόλησης



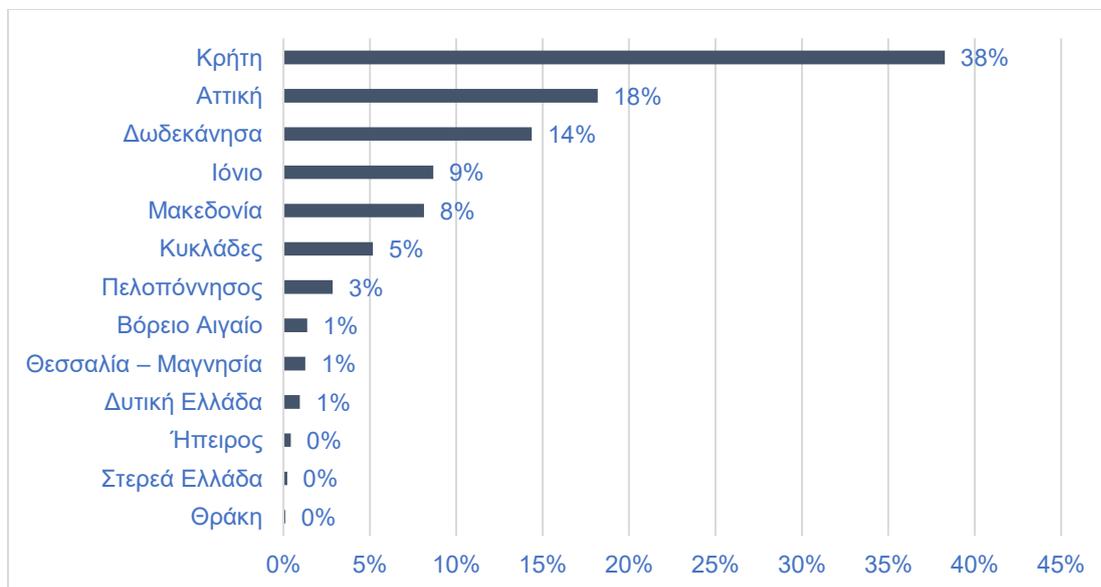
Η πολυπληθέστερη κατηγορία είναι αυτή των Υπευθύνων Τμήματος, με 468 συμμετοχές, γεγονός που επιβεβαιώνει την έντονη παρουσία στελεχών μεσαίου επιπέδου που αναζητούν αναβάθμιση γνώσεων και δεξιοτήτων διοίκησης. Ακολουθούν οι Εργαζόμενοι Πρώτης Γραμμής με 329 συμμετοχές, ένδειξη ότι τα σεμινάρια καλύπτουν πρακτικές ανάγκες και βελτιώνουν την καθημερινή λειτουργία στον χώρο του τουρισμού.

Οι Διευθυντές Επιχείρησης (77 άτομα) συμμετείχαν επίσης στην έρευνα, με τις απαντήσεις τους να αναδεικνύουν ενδιαφέρον για εκπαίδευση και κατάρτιση στο πεδίο της στρατηγικής σκέψης και της διοικητικής ενδυνάμωσης. Οι Αυτοαπασχολούμενοι/Ιδιοκτήτες Τουριστικών Επιχειρήσεων (48 άτομα) αποτυπώνουν την ανάγκη των μικρών επιχειρηματιών να ανταποκριθούν στις σύγχρονες απαιτήσεις του τουριστικού τομέα μέσα από στοχευμένη επιμόρφωση. Αξιοσημείωτο είναι το γεγονός ότι συμμετείχαν και 24 άνεργοι επαγγελματίες, οι οποίοι είδαν στα Executive Seminars μια ευκαιρία για επανένταξη στην αγορά εργασίας και επικαιροποίηση δεξιοτήτων. Η κατηγορία αυτή, παρότι μικρή, επιβεβαιώνει τη σημασία της δια βίου μάθησης και της επανεκκίνησης καριέρας μέσω επιμόρφωσης.

Το **Γράφημα 1.5** αποτυπώνει τον τόπο μόνιμης κατοικίας των συμμετεχόντων στα Executive Seminars, αναδεικνύοντας την έντονη γεωγραφική συγκέντρωση σε ορισμένες περιοχές της χώρας. Η Κρήτη καταγράφει τη σημαντικότερη συμμετοχή, με ποσοστό 38,3%, γεγονός που ενδεχομένως συνδέεται με τη δυναμική της τουριστικής της αγοράς, τη διάχυση πληροφορίας σε τοπικό επίπεδο ή τη συμμετοχή συγκεκριμένων επαγγελματικών ομάδων. Ακολουθούν η Αττική με 18,2% και τα Δωδεκάνησα με 14,4%, ενισχύοντας την εικόνα ότι η συμμετοχή εστιάζει κυρίως σε περιοχές με αυξημένη τουριστική δραστηριότητα και υψηλό επαγγελματικό ενδιαφέρον στον συγκεκριμένο τομέα.

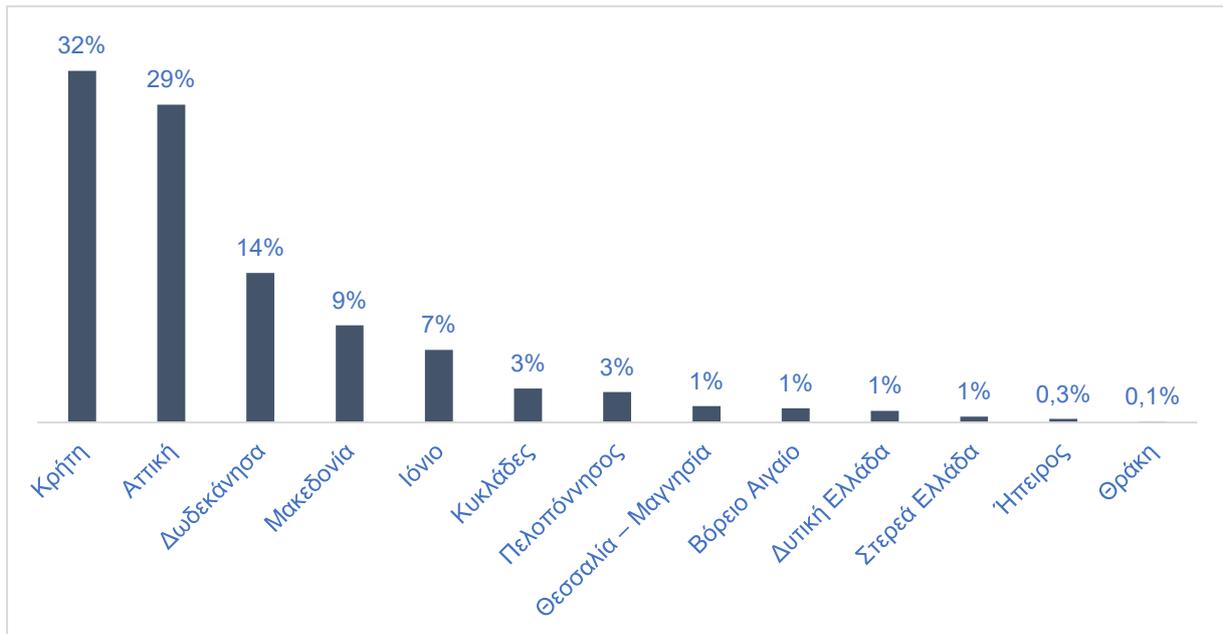
Μεσαία ποσοστά εμφανίζουν το Ιόνιο και η Μακεδονία, με 8,7% και 8,1% αντίστοιχα, ενώ οι Κυκλάδες συγκεντρώνουν το 5,2% των συμμετοχών, παρά τον νησιωτικό και διασπασμένο χαρακτήρα τους. Αντίθετα, περιοχές όπως η Πελοπόννησος (2,9%), το Βόρειο Αιγαίο (1,4%), η Θεσσαλία-Μαγνησία (1,3%) και η Δυτική Ελλάδα (1,0%) εμφανίζουν περιορισμένη εκπροσώπηση, γεγονός που ενδεχομένως υποδηλώνει ανάγκη για περαιτέρω ενίσχυση της ενημέρωσης και συμμετοχής στις αντίστοιχες περιφέρειες. Η συμμετοχή των υπόλοιπων περιοχών – Ήπειρος, Στερεά Ελλάδα και Θράκη – είναι οριακή, με ποσοστά κάτω του 0,5%.

Γράφημα 1.5. Τόπος Μόνιμης Κατοικίας Συμμετεχόντων



Ως προς τη γεωγραφική κατανομή σε επίπεδο επιχείρησης, η Κρήτη συγκεντρώνει το 31.8% του συνόλου. Ακολουθεί η Αττική με μικρή απόσταση (~29%), ενώ στην τρίτη θέση βρίσκονται τα Δωδεκάνησα με ποσοστό 13,5%. Η πλήρης κατανομή ανά περιοχή παρουσιάζεται στο Γράφημα 1.6.

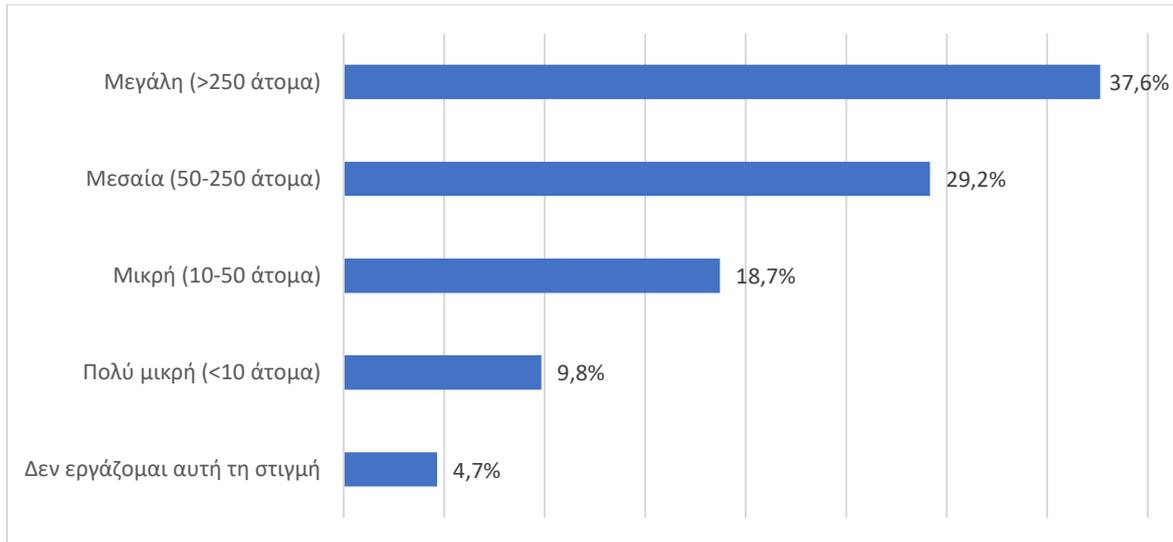
Γράφημα 1.6. Έδρα Επιχείρησης



Το **Γράφημα 1.7** αποτυπώνει την κατανομή των συμμετεχόντων ανάλογα με το μέγεθος της επιχείρησης στην οποία εργάζονται. Η μεγαλύτερη μερίδα, σε ποσοστό 37,6%, απασχολείται σε μεγάλες επιχειρήσεις ενώ σχεδόν 30% εργάζεται σε μεσαίες επιχειρήσεις με προσωπικό μεταξύ 50 και 250 ατόμων. Ακολουθούν οι εργαζόμενοι σε μικρές επιχειρήσεις (10-50 άτομα), οι οποίοι αποτελούν το 18,7% του συνόλου.

Ένα μικρότερο ποσοστό, 9,8%, απασχολείται σε πολύ μικρές επιχειρήσεις κάτω των 10 ατόμων, ενώ μόλις το 4,7% δηλώνει ότι δεν εργάζεται τη δεδομένη χρονική στιγμή. Η εικόνα που προκύπτει υποδηλώνει τη σημαντική παρουσία των μεσαίων και μεγάλων επιχειρήσεων στο επαγγελματικό περιβάλλον των συμμετεχόντων, με τις μικρότερες μονάδες να ακολουθούν. Τα ευρήματα αυτά μπορούν να συνδεθούν με τον βαθμό επαγγελματισμού, τις προοπτικές εξέλιξης και την οργανωτική κουλτούρα που επικρατεί στον χώρο εργασίας κάθε κατηγορίας.

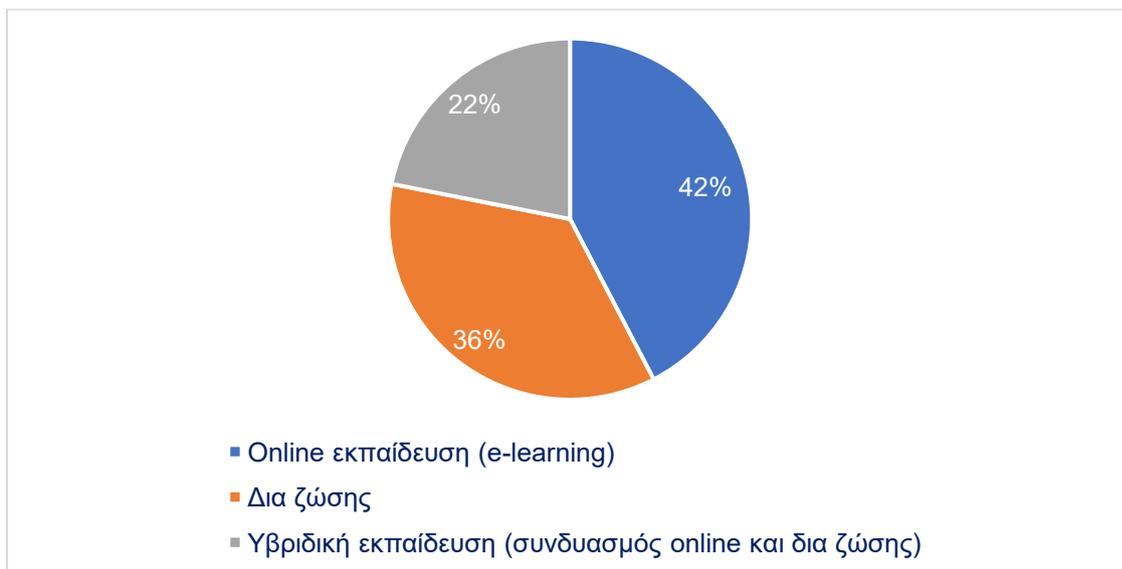
Γράφημα 1.7. Μέγεθος Επιχείρησης



2.2. Προτιμήσεις στην εκπαίδευση και κατάρτιση

Οι συμμετέχοντες προτιμούν το online format σε ποσοστό 42%, ενώ το 36% επιλέγει τη δια ζώσης εκπαίδευση. Το 22% των ερωτηθέντων προτιμά έναν συνδυασμό των δύο μορφών, δηλαδή το υβριδικό μοντέλο. (Γράφημα 2.2.1.).

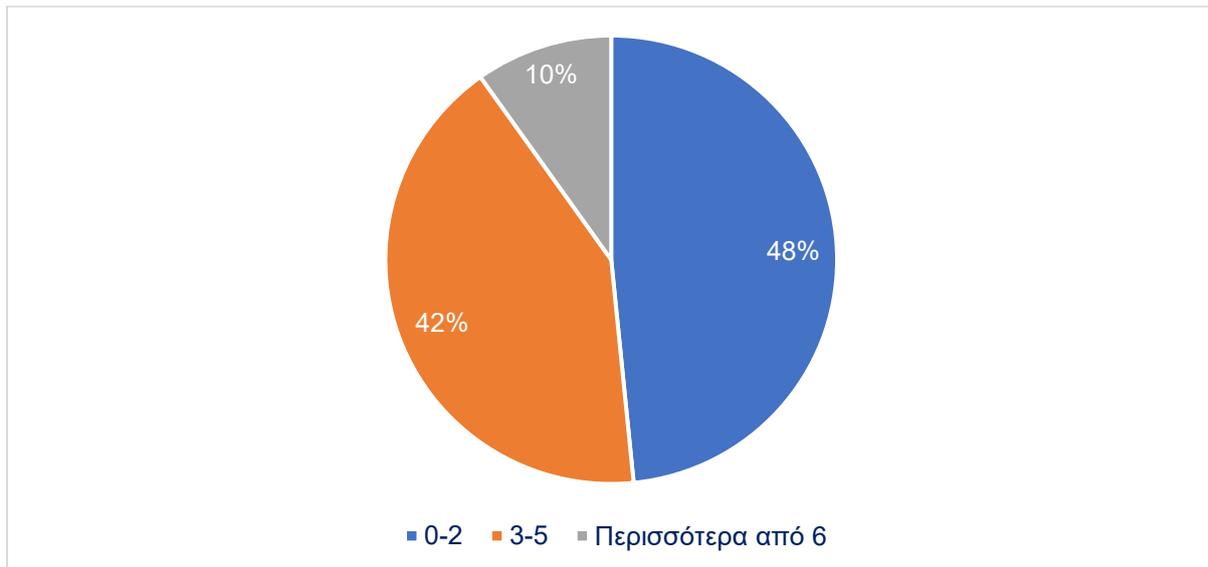
Γράφημα 2.2.1. Τύπος προγράμματος εκπαίδευσης



Επιπλέον, όσον αφορά στη συχνότητα παρακολούθησης σεμιναρίων και εκπαιδευτικών προγραμμάτων, το 48% των συμμετεχόντων δηλώνει ότι παρακολουθεί περισσότερα από 6 σεμινάρια ετησίως, ενώ το 42% παρακολουθεί από 3 έως 5 εκπαιδευτικά προγράμματα ανά

έτος. Αντίθετα, μόνο το 10% των συμμετεχόντων αναφέρει ότι παρακολουθεί έως και δύο σεμινάρια το χρόνο (**Γράφημα 2.2.2.**).

Γράφημα 2.2.2. Συχνότητα παρακολούθησης εκπαιδευτικών προγραμμάτων



Η επιλογή ενός εκπαιδευτικού προγράμματος εξαρτάται από μια σειρά παραμέτρων, οι οποίες μπορεί να διαφέρουν ανάλογα με τις ανάγκες και τις προτιμήσεις του κάθε συμμετέχοντα. Κριτήρια όπως είναι ο εισηγητής, η θεματολογία, το κόστος, η διάρκεια και ο τρόπος υλοποίησης (π.χ. δια ζώσης ή online) αποτελούν ουσιαστικούς παράγοντες που επηρεάζουν την τελική απόφαση. Συγκεκριμένα, για τους συμμετέχοντες στα Executive Seminars, η θεματολογία αποτελεί τον σημαντικότερο παράγοντα επιλογής, με ποσοστό 42%. Αυτό υποδεικνύει ότι οι επαγγελματίες δίνουν ιδιαίτερη βαρύτητα στην ποιότητα και τη συνάφεια του περιεχομένου του προγράμματος με τις ανάγκες τους, επιθυμώντας να ενισχύσουν τις γνώσεις και δεξιότητές τους σε συγκεκριμένα πεδία.

Ακολουθεί ο εισηγητής, με ποσοστό 27%, γεγονός που υπογραμμίζει την αξία της εξειδίκευσης και της αξιοπιστίας του ατόμου που θα αναλάβει τη διδασκαλία, καθώς οι συμμετέχοντες επιθυμούν να εκπαιδευτούν από καταξιωμένους και έμπειρους επαγγελματίες.

Στη συνέχεια, το 17% των ερωτηθέντων αναφέρουν ότι ο τρόπος υλοποίησης του προγράμματος αποτελεί σημαντικό παράγοντα, γεγονός που δείχνει την ανάγκη για ευελιξία και την προτίμηση σε μορφές εκπαίδευσης που να ανταποκρίνονται στις προσωπικές προτιμήσεις και τις επαγγελματικές τους υποχρεώσεις.

Το κόστος και η διάρκεια του προγράμματος κατατάσσονται σε χαμηλότερες θέσεις, με ποσοστά 10% και 5% αντίστοιχα, υποδεικνύοντας ότι, αν και σημαντικοί, αυτοί οι παράγοντες έρχονται δεύτεροι σε σχέση με την ποιότητα του περιεχομένου και την εμπειρία του εισηγητή.

Γράφημα 2.2.3. Κριτήρια επιλογής εκπαιδευτικού προγράμματος

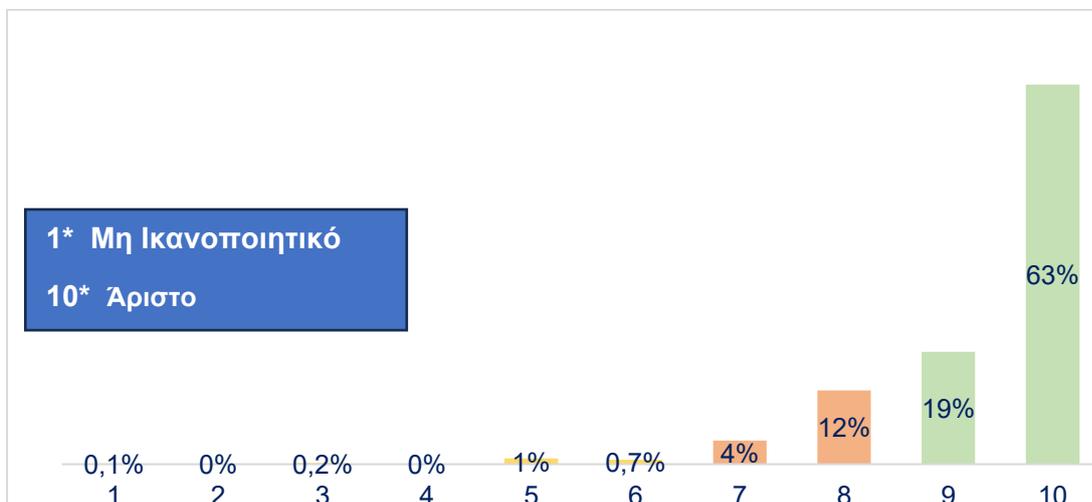


3 Αξιολογήσεις

3.1 Γενική αξιολόγηση σεμιναρίων

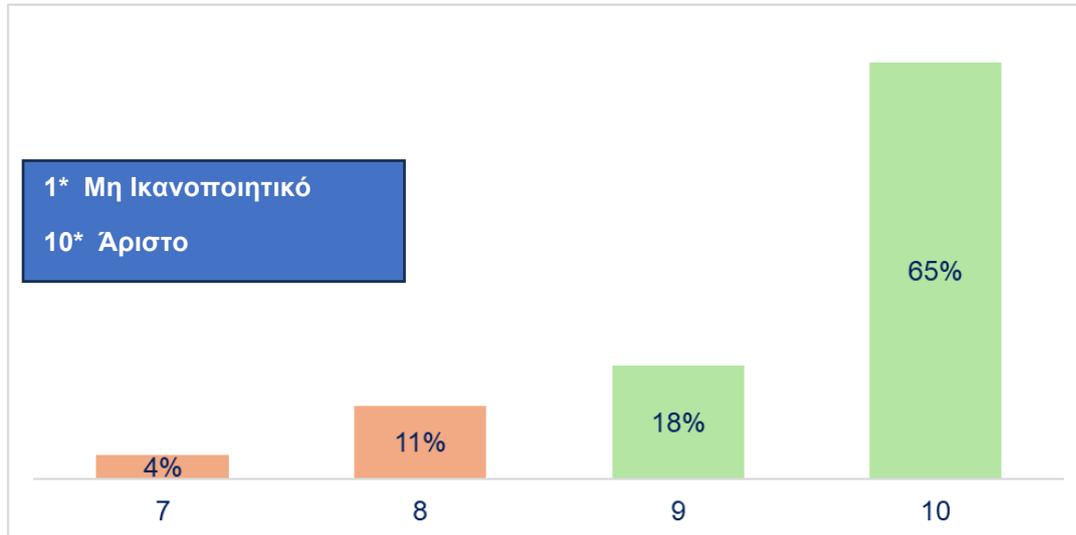
Η ικανοποίηση των συμμετεχόντων από τα προσφερόμενα Executive Seminars παραμένει παραδοσιακά σε πολύ υψηλά επίπεδα, όπως καταγράφεται στην ετήσια έρευνα ικανοποίησης και αποτυπώνεται στο **Γράφημα 3.1.1**. Συγκεκριμένα, για την περίοδο 2024-2025, το 63% των ερωτηθέντων βαθμολόγησε το Executive Seminar με 10 και το 19% με 9. Ένας στους δέκα συμμετέχοντες το αξιολόγησε με 8, ενώ μόλις το 4% το βαθμολόγησε με 7.

Γράφημα 3.1.1. Αξιολόγηση Σεμιναρίων



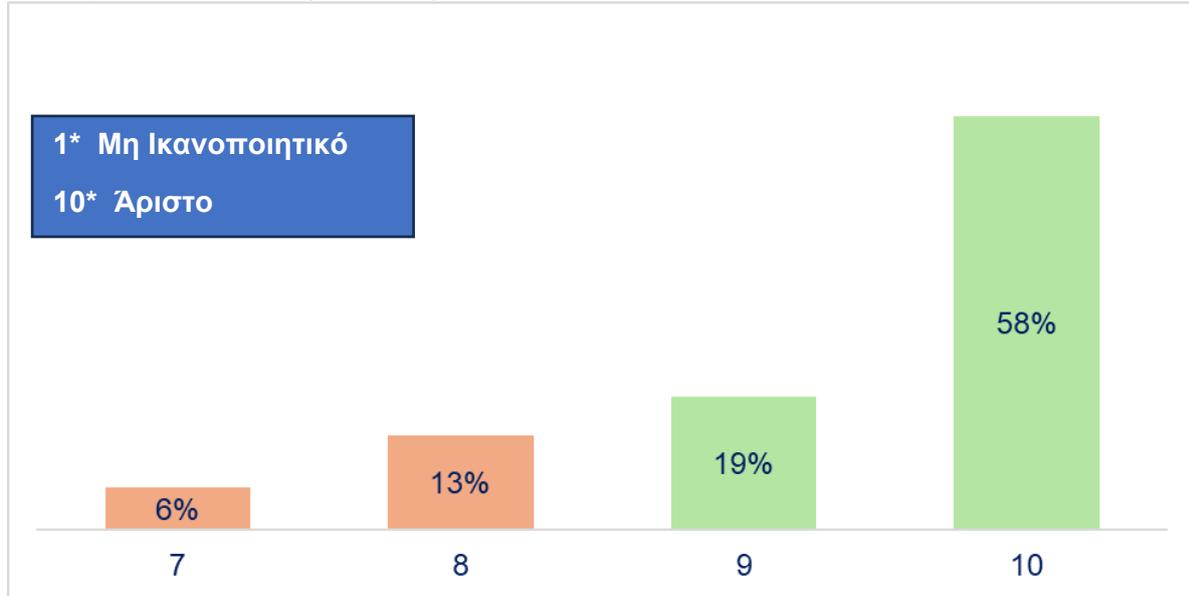
Όμοια η επίδοση της ποιότητας του εκπαιδευτικού υλικού κρίθηκε από τους συμμετέχοντες ως άριστη, με το 82% των συμμετεχόντων να το αξιολογούν ως άριστο ή πολύ καλό. Το 11% βαθμολόγησε την ποιότητά του με οκτώ και το 4% με εφτά (**Γράφημα 3.1.2.**).

Γράφημα 3.1.2. Αξιολόγηση Εκπαιδευτικού Υλικού



Το υψηλό επίπεδο της ποιοτικής εκπαίδευσης που προσφέρεται μέσω των Executive Seminars επιβεβαιώνεται από τους συμμετέχοντες μέσω των απαντήσεών τους και στην ερώτηση «Σε τι βαθμό το περιεχόμενο του σεμιναρίου, κάλυψε τις προσδοκίες σας;». Έξι στους δέκα δήλωσαν βαθμολογώντας με δέκα ότι το περιεχόμενο κάλυψε πλήρως τις προσδοκίες τους. Επίσης το 19% αξιολόγησε με εννέα το βαθμό ικανοποίησης των προσδοκιών τους από την παρακολούθηση των σεμιναρίων και ένα 20% με 7 και 8 (**Γράφημα 3.1.3.**)

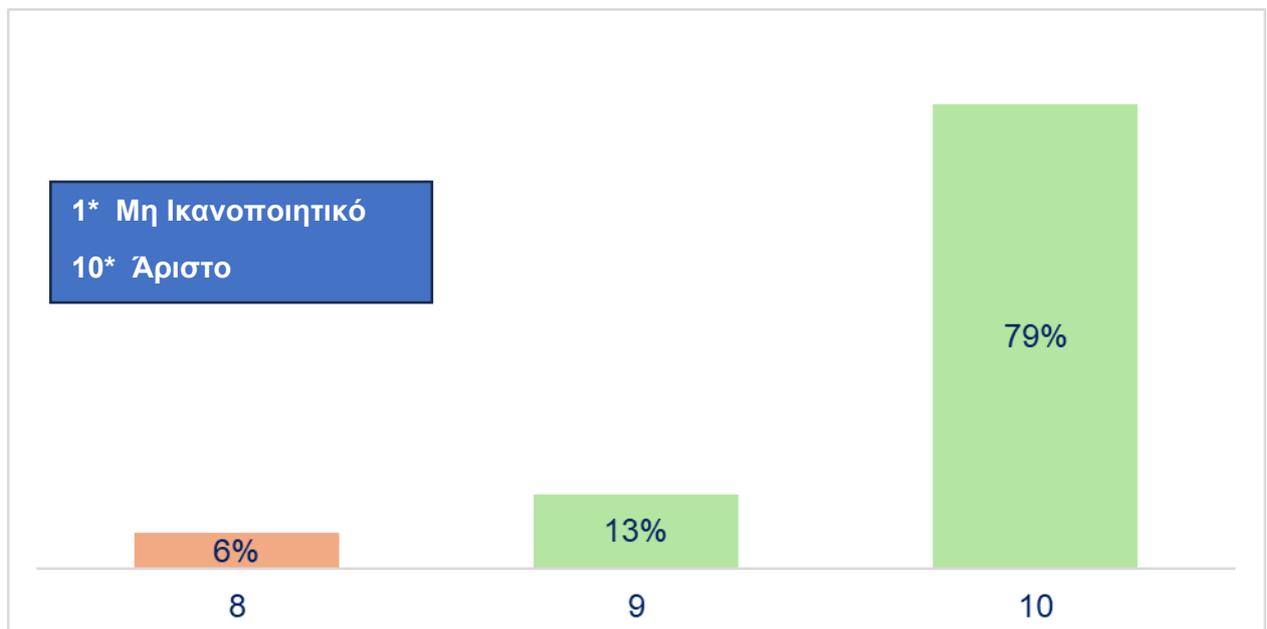
Γράφημα 3.1.3. Βαθμός κάλυψης προσδοκιών



3.2 Γενική αξιολόγηση εισηγητών

Το επίπεδο των εισηγητών θεωρείται σταθερά υψηλό, όπως προκύπτει από τις απαντήσεις των συμμετεχόντων στην έρευνα. Συγκεκριμένα, στην ερώτηση που αφορά στην αξιολόγηση των εισηγητών, 8 στους 10 συμμετέχοντες έδωσαν την υψηλότερη βαθμολογία (10) επικυρώνοντας το υψηλό τους επίπεδο. Οι υπόλοιποι συμμετέχοντες, σε ποσοστό που υπερβαίνει το 10%, αξιολόγησαν τους εισηγητές με 9 και 8, δείχνοντας έτσι την υψηλή τους ικανοποίηση (βλ. **Γράφημα 3.2**).

Γράφημα 3.2. Αξιολόγηση Εισηγητών

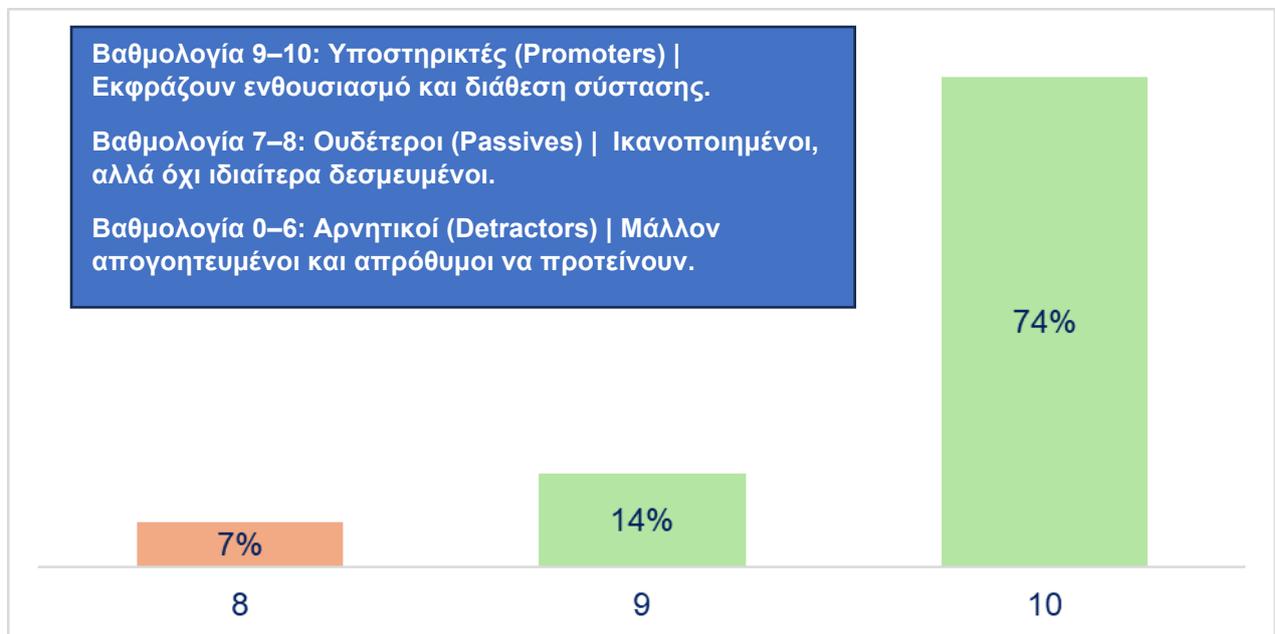


3.3 Net Promoter Score

Η ικανοποίηση των συμμετεχόντων από την ποιότητα των Executive Seminars καταγράφεται επίσης σε ένα σημείο του ερωτηματολογίου, όπου τους ζητείται να εκφράσουν την πιθανότητα σύστασης των σεμιναρίων του ΙΝΣΕΤΕ σε φίλο ή συνεργάτη τους, με βαθμό από το 1 (Καθόλου πιθανό) έως το 10 (Εξαιρετικά πιθανό).

Για την αξιολόγηση της σχέσης που έχει αναπτυχθεί μεταξύ των συμμετεχόντων και του ΙΝΣΕΤΕ, χρησιμοποιήθηκε το Net Promoter Score (NPS)¹. Όπως φαίνεται στο **Γράφημα 3.3.**, το 88% των συμμετεχόντων, εκφράζουν ως εξαιρετικά πιθανό ή πολύ πιθανό το να προτείνουν ένα ή περισσότερα Executive Seminars του ΙΝΣΕΤΕ σε φίλο ή συνεργάτη τους.

Γράφημα 3.3. Net Promoter Score



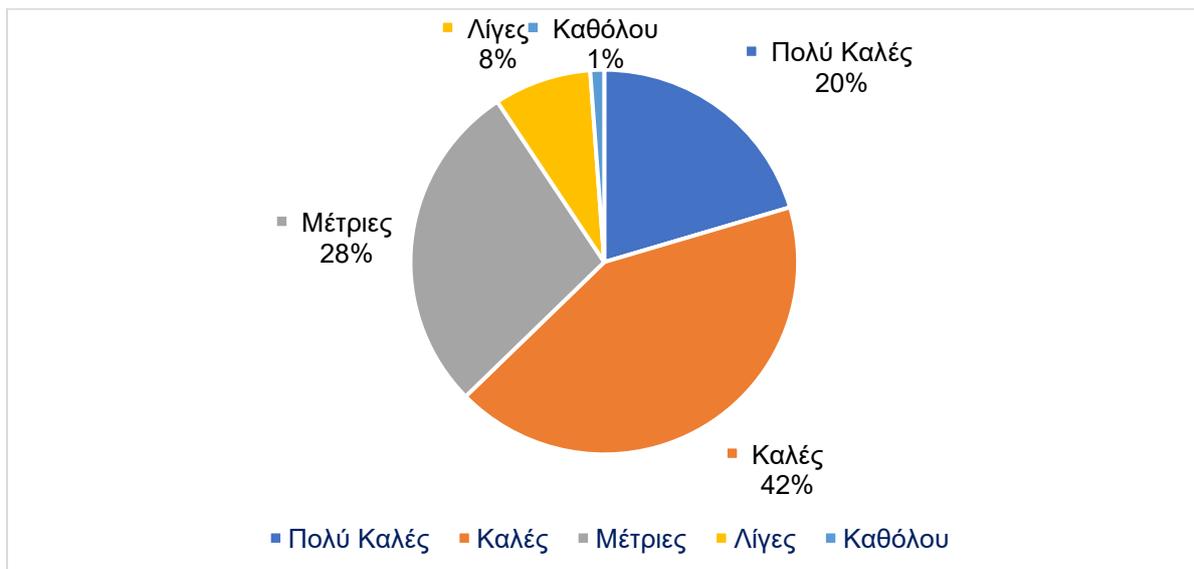
¹ **Net Promoter Score (NPS):** Δείκτης μέτρησης του βαθμού προθυμίας ενός ατόμου να προτείνει μια υπηρεσία, ένα προϊόν ή έναν οργανισμό σε άλλους, όπως φίλους ή συνεργάτες.

4 Επίπεδο γνώσεων

Οι συμμετέχοντες, μέσα από τις απαντήσεις τους στην αξιολόγηση, εκφράζουν την πλήρη κατανόηση της γνώσης που αποκτούν από την παρακολούθηση των Executive Seminars του ΙΝΣΕΤΕ. Επιπλέον, επισημαίνουν ότι η γνώση που παρέχεται στις διάφορες θεματικές ενότητες δεν είναι μόνο κατανοητή, αλλά είναι και άμεσα εφαρμόσιμη στην καθημερινή τους επαγγελματική πρακτική. Οι συμμετέχοντες δείχνουν ότι η εκπαίδευση αυτή ενισχύει τις δεξιότητές τους και τους βοηθά να προσαρμόζονται καλύτερα στις απαιτήσεις του εργασιακού τους περιβάλλοντος.

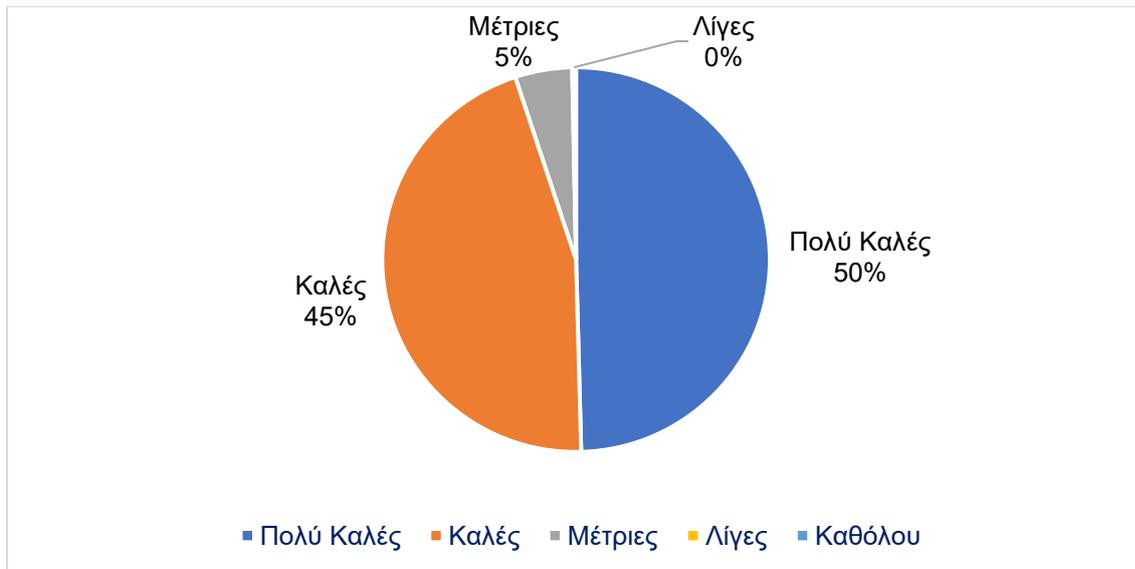
Στην πρώτη φάση, ζητήθηκε από τους συμμετέχοντες να αξιολογήσουν το επίπεδο των γνώσεών τους πριν την παρακολούθηση ενός Executive Seminar. Η αξιολόγηση πραγματοποιήθηκε μέσω μιας κλίμακας με τις εξής επιλογές: Πολύ Καλό, Καλό, Μέτριο, Λίγο, Καθόλου. Οι απαντήσεις των συμμετεχόντων αποτυπώνονται στο **Γράφημα 4.1**, το οποίο αναλύει την αντίληψη τους για το επίπεδο γνώσεων που είχαν πριν την εκπαίδευση.

Γράφημα 4.1. Επίπεδο Γνώσεων ΠΡΙΝ το Executive Seminar



Ακολούθως, οι ίδιοι συμμετέχοντες κλήθηκαν να αξιολογήσουν τις γνώσεις τους στον ίδιο τομέα, αφού ολοκλήρωσαν την παρακολούθηση του Executive Seminar της επιλογής τους, χρησιμοποιώντας την ίδια κλίμακα. Τα αποτελέσματα απεικονίζονται στο **Γράφημα 4.2**.

Γράφημα 4.2. Επίπεδο Γνώσεων META το Executive Seminar

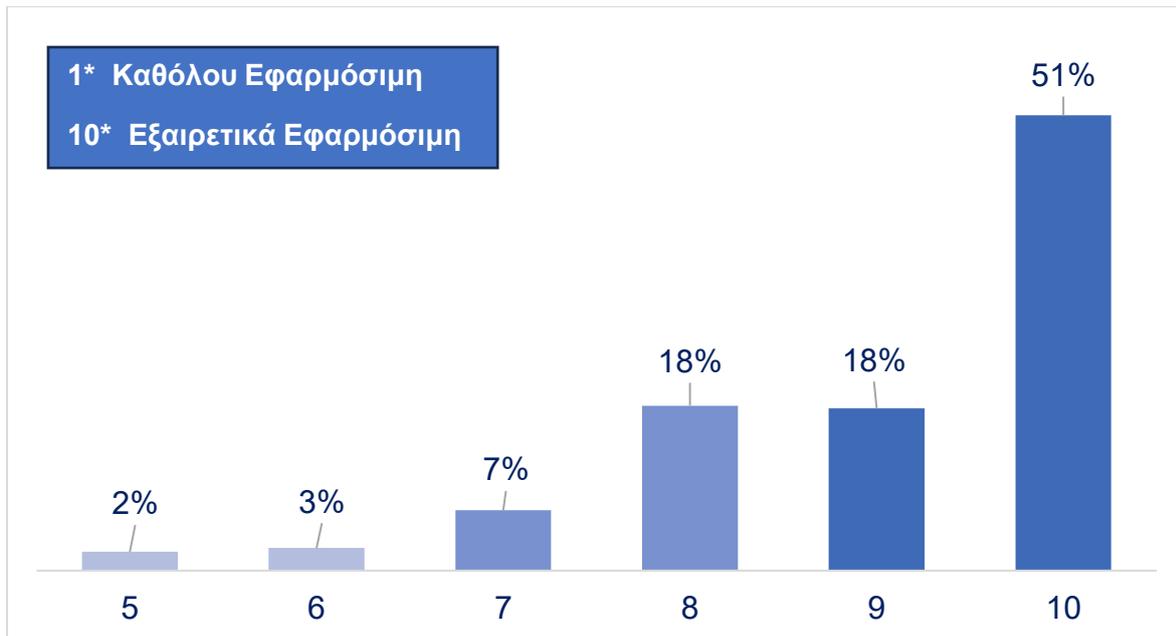


Συνολικά, η σύγκριση αυτών των δύο γραφημάτων δείχνει μια εντυπωσιακή πρόοδο από την αρχική κατάσταση των γνώσεων των συμμετεχόντων στη βελτίωση που επιτεύχθηκε μετά την παρακολούθηση του σεμιναρίου.

Πριν την παρακολούθηση, οι γνώσεις των συμμετεχόντων ήταν πιο περιορισμένες και ποικίλες, με μεγάλο ποσοστό να τις χαρακτηρίζει μέτριες ή ακόμα και λιγότερο επαρκείς. Αυτό υποδηλώνει την ανάγκη για εκπαιδευτικά προγράμματα που να ενισχύουν τις γνώσεις σε συγκεκριμένους τομείς, κάτι που επιτεύχθηκε στην περίπτωση του σεμιναρίου. Τα αποτελέσματα δείχνουν ότι τα σεμινάρια είχε θετικό αντίκτυπο στη γνώση των συμμετεχόντων, με τους περισσότερους να αποκτούν σημαντική βελτίωση. Η απότομη αύξηση του ποσοστού των "Πολύ Καλών" και "Καλών" αξιολογήσεων μετά την παρακολούθηση δείχνει ότι το πρόγραμμα ήταν αποτελεσματικό στην ενίσχυση των δεξιοτήτων και της κατανόησης των συμμετεχόντων.

Σε ένα δεύτερο επίπεδο διερεύνησης, οι συμμετέχοντες κλήθηκαν να αξιολογήσουν το βαθμό εφαρμογής της γνώσης που αποκόμισαν από το Executive Seminar της επιλογής τους. Με το βαθμό 1 δηλώνεται ότι η γνώση που έλαβαν δεν είναι καθόλου εφαρμόσιμη ενώ με το βαθμό 10 είναι εξαιρετικά εφαρμόσιμη. Στο **Γράφημα 4.3.**, παρατίθεται το σύνολο των απαντήσεων των συμμετεχόντων, όπου ένας στους δύο αξιολογεί τις γνώσεις που αποκόμισε ως εξαιρετικά εφαρμόσιμες. Όμοια σχεδόν δύο στους δέκα, τις αξιολογεί από μέτρια εφαρμόσιμες έως πολύ εφαρμόσιμες.

Γράφημα 4.3. Βαθμός εφαρμογής γνώσης



5 Προσέλκυση προσωπικού επιχειρήσεων φιλοξενίας

5.1 Η έλλειψη του προσωπικού στις επιχειρήσεις φιλοξενίας

Η δυσκολία εύρεσης και προσέλκυσης κατάλληλου προσωπικού αποτελεί πλέον ένα διαχρονικό και εντεινόμενο πρόβλημα για το σύνολο των επιχειρήσεων του τουριστικού τομέα. Ιδιαίτερα τα τελευταία χρόνια, το φαινόμενο έχει λάβει ευρύτερες διαστάσεις, επηρεάζοντας εκτενώς τη λειτουργία πολλών επιμέρους τμημάτων των επιχειρήσεων. Σύμφωνα με τους ερωτηθέντες, το πρόβλημα είναι έντονα αισθητό και αποτυπώνεται πιο emphaticά στις θέσεις της πρώτης γραμμής (Front Liners), με το 75% να αναφέρει σημαντικό έλλειμμα σε αυτό το επίπεδο. Οι θέσεις αυτές είναι καθοριστικής σημασίας για τη λειτουργία και την εμπειρία του επισκέπτη, γεγονός που καθιστά την έλλειψη αυτή κρίσιμη.

Παράλληλα, ένα σημαντικό ποσοστό των ερωτηθέντων (15%) εντοπίζει αντίστοιχη δυσκολία στην κάλυψη θέσεων υπευθύνων και προϊσταμένων τμημάτων, επιβεβαιώνοντας ότι το πρόβλημα δεν περιορίζεται μόνο στις κατώτερες βαθμίδες ιεραρχίας.

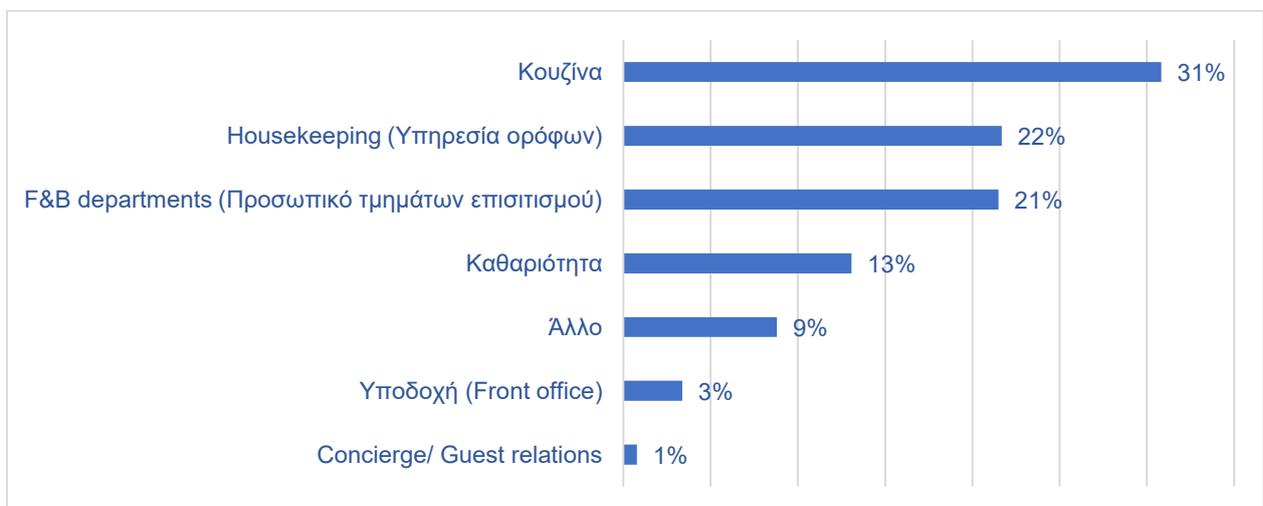
Αντίθετα, στις θέσεις υψηλόβαθμης διοίκησης – όπως είναι οι γενικοί διευθυντές και οι διευθυντές τμημάτων – η εικόνα είναι αισθητά διαφοροποιημένη: μόλις το 4% και το 6% αντίστοιχα αναφέρουν ελλείψεις σε αυτές τις θέσεις, σύμφωνα με τα στοιχεία που παρουσιάζονται στο **Γράφημα 4.1**.

Γράφημα 4.1. Έλλειψη προσωπικού σε θέσεις εργασίας



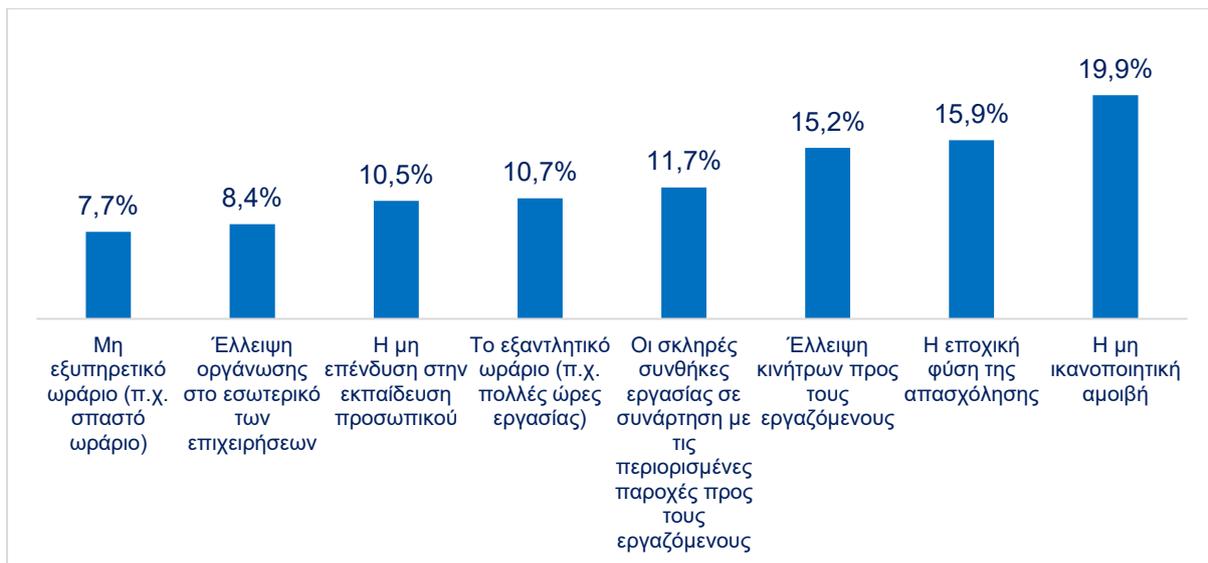
Εστιάζοντας στην έλλειψη εργατικού δυναμικού, ζητήθηκε από τους συμμετέχοντες να εντοπίσουν τα τμήματα στα οποία παρατηρούνται τα μεγαλύτερα προβλήματα στην προσέλκυση και πρόσληψη προσωπικού. Σύμφωνα με τις απαντήσεις τους, καταγράφεται σημαντική ανάγκη για ενίσχυση προσωπικού σε κρίσιμους τομείς που αφορούν στην φιλοξενία και την εστίαση. Συγκεκριμένα, το 31% ανέφερε πως η μεγαλύτερη έλλειψη καταγράφεται στο τμήμα της κουζίνας, το 22% στο τμήμα της υπηρεσίας ορόφων, ενώ το 21% αναφέρθηκε στο τμήμα F&B. Αντίθετα, το τμήμα υποδοχής φαίνεται να αντιμετωπίζει σαφώς μικρότερη πίεση, καθώς μόλις το 3% των ερωτηθέντων το κατέταξε στις κύριες ανάγκες πρόσληψης.

Γράφημα 4.1.1. Τμήματα ξενοδοχείων με υψηλό ποσοστό έλλειψης προσωπικού



Αξίζει να σημειωθεί ότι το φαινόμενο αυτό δεν αποτελεί ιδιαιτερότητα της ελληνικής πραγματικότητας· αντιθέτως, αντικατοπτρίζει μια ευρύτερη, παγιωμένη τάση που εντοπίζεται διεθνώς στον τομέα της απασχόλησης. Οι συμμετέχοντες στην έρευνα ανέδειξαν ως σημαντικότερο ανασταλτικό παράγοντα τη χαμηλή ή μη ικανοποιητική αμοιβή, την οποία ανέφερε περίπου το 20% των ερωτηθέντων. Ακολουθούν εξίσου κρίσιμα ζητήματα, όπως η εποχικότητα της απασχόλησης (16%), οι δυσμενείς ή απαιτητικές συνθήκες εργασίας (12%), καθώς και η απουσία επαρκών κινήτρων και ευκαιριών επαγγελματικής εξέλιξης (15,2%), όπως αποτυπώνεται και στο Γράφημα 4.1.2.

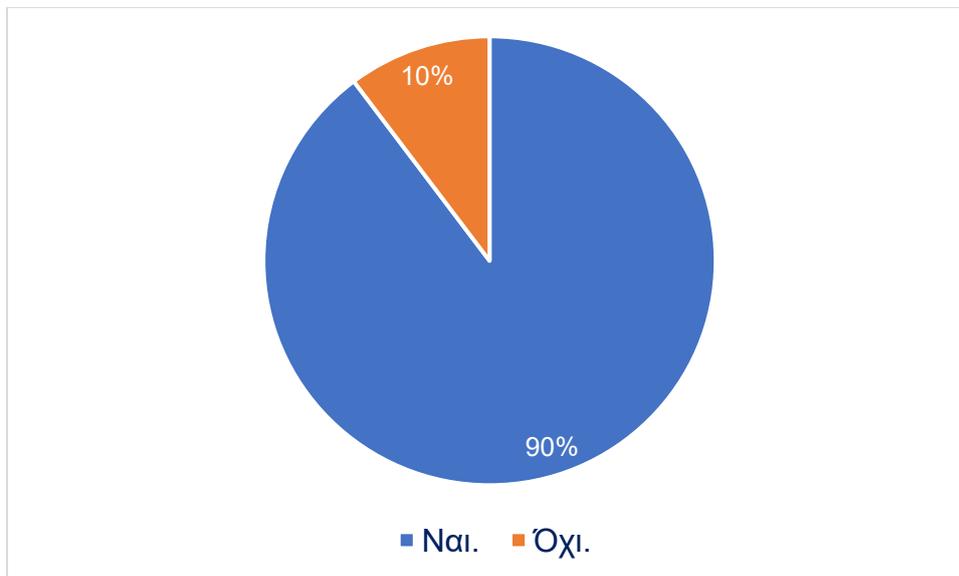
Γράφημα 4.1.2. Κύρια αίτια αδυναμίας προσέλκυσης προσωπικού



5.2 Αρνητικές Επιδράσεις στη λειτουργία των επιχειρήσεων φιλοξενίας

Η υφιστάμενη έλλειψη προσωπικού έχει ως άμεση συνέπεια την πρόκληση σημαντικών δυσχερειών στη λειτουργία των επιχειρήσεων, ιδίως στον τομέα της παροχής υπηρεσιών, όπου η ανθρώπινη παρουσία και η προσωπική εξυπηρέτηση αποτελούν κρίσιμους παράγοντες ποιότητας. Το εύρημα αυτό επιβεβαιώνεται από την πλειονότητα των συμμετεχόντων στην έρευνα, με το 90% να δηλώνει ότι η επιχειρησιακή λειτουργία επηρεάζεται αρνητικά λόγω αυτής της έλλειψης (**Γράφημα 5.2**).

Γράφημα 5.2. Αρνητικές επιδράσεις στη λειτουργία των επιχειρήσεων



Για τους συμμετέχοντες που δήλωσαν ότι αντιμετωπίζουν έλλειψη εργατικού δυναμικού, ζητήθηκε η αναλυτική αποτύπωση των συνεπειών της εν λόγω έλλειψης στη λειτουργία των επιχειρήσεων του κλάδου φιλοξενίας. Η καταγραφή πραγματοποιήθηκε με στόχο την ανάδειξη των λειτουργικών, οργανωτικών και ποιοτικών επιπτώσεων, καθώς και τη διερεύνηση των επιδράσεων στην αποδοτικότητα, στη βιωσιμότητα των επιχειρήσεων και στην εμπειρία του επισκέπτη.

Η σημαντικότερη επίδραση, όπως καταγράφεται από το 46% των ερωτηθέντων, αφορά στην επιβάρυνση του υπάρχοντος προσωπικού. Το εύρημα αυτό φανερώνει ότι ένας μεγάλος αριθμός επιχειρήσεων αντιμετωπίζει προβλήματα στελέχωσης, με αποτέλεσμα το προσωπικό να καλείται να καλύψει περισσότερες ανάγκες, γεγονός που ενδέχεται να επηρεάζει την αποδοτικότητα, την ποιότητα εργασίας και την ικανοποίηση των εργαζομένων.

Ακολουθεί με ποσοστό 35% η υποβάθμιση της ποιότητας του προϊόντος ή της υπηρεσίας. Η επιβάρυνση των εργαζομένων σε συνδυασμό με ενδεχόμενη έλλειψη πόρων ή χρόνου οδηγεί αρκετές επιχειρήσεις στο να προσφέρουν χαμηλότερης ποιότητας παροχές, κάτι που μπορεί να έχει αρνητικό αντίκτυπο στη φήμη και την ανταγωνιστικότητά τους. Ένα μικρότερο αλλά αξιοσημείωτο ποσοστό (16,1%) επιλέγει την κατηγορία «Άλλο», γεγονός που υποδηλώνει την ύπαρξη και άλλων, λιγότερο τυποποιημένων επιπτώσεων, όπως για παράδειγμα αύξηση κόστους, διοικητικές δυσκολίες ή προβλήματα σε συνεργασίες με τρίτους. Τέλος, μόλις το 3% των επιχειρήσεων δηλώνει ότι μειώνεται η διάρκεια λειτουργίας τους – εύρημα που αφορά κυρίως τις εποχικές επιχειρήσεις και δείχνει ότι οι πιο σοβαρές επιδράσεις δεν εντοπίζονται στην έκταση της δραστηριότητας, αλλά κυρίως στην ποιότητα και στις εσωτερικές λειτουργίες.

Συνολικά, το γράφημα αποτυπώνει πως οι κυριότερες επιπτώσεις επικεντρώνονται σε ανθρώπινο δυναμικό και παρεχόμενη ποιότητα, ενισχύοντας την ανάγκη για στρατηγική ενδυνάμωση του προσωπικού και βελτιστοποίηση λειτουργικών διαδικασιών στις επιχειρήσεις (Γράφημα 5.2.1.)

Γράφημα 5.2.1. Διαφορετικές επιδράσεις στη λειτουργία των επιχειρήσεων



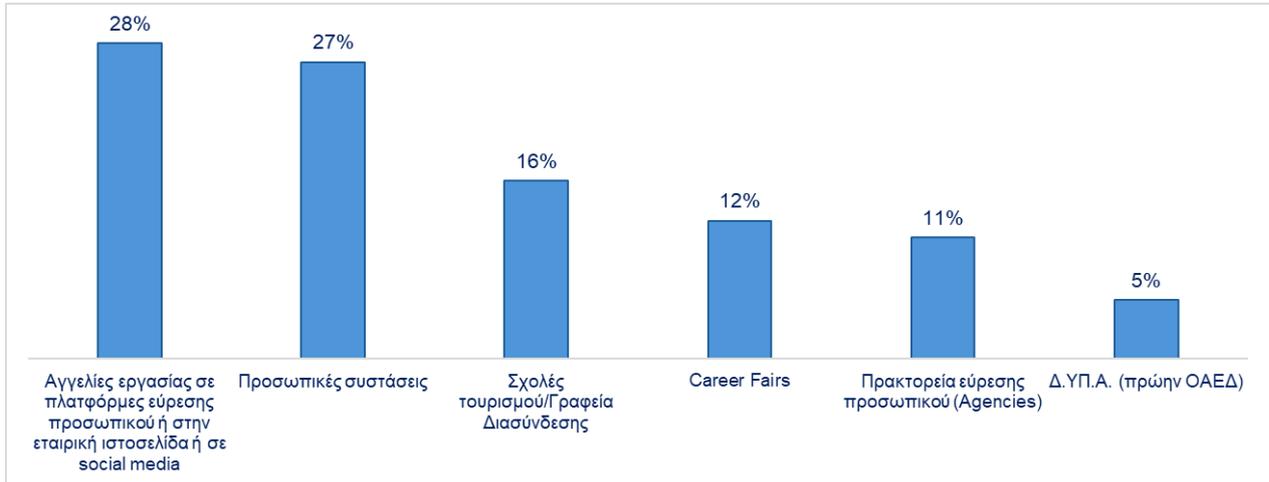
5.3 Τρόποι προσέλκυσης προσωπικού

Σύμφωνα με τα ευρήματα της έρευνας, οι επιχειρήσεις στον τομέα του τουρισμού επιλέγουν να επικοινωνούν τις διαθέσιμες θέσεις εργασίας κυρίως μέσω αγγελιών σε διαδικτυακά μέσα – είτε σε εξειδικευμένες πλατφόρμες εύρεσης εργασίας, είτε στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και στις ιστοσελίδες τους. Πρόκειται για μια προσέγγιση που προσφέρει ευρεία προβολή και ταχύτητα στη διάδοση των αγγελιών. Παράλληλα, ιδιαίτερη βαρύτητα φαίνεται να δίνεται και στο δίκτυο προσωπικών επαφών, καθώς οι προσωπικές συστάσεις συνεχίζουν να κατέχουν κυρίαρχη θέση μεταξύ των μεθόδων στελέχωσης.

Αν και σε μικρότερο βαθμό, σημαντικό ρόλο διαδραματίζουν επίσης τα εκπαιδευτικά ιδρύματα τουριστικής κατεύθυνσης – όπως οι σχολές τουριστικών επαγγελματιών – τα οποία αποτελούν πηγή νέων, εκπαιδευμένων υποψηφίων. Επιπλέον, τα career fairs, δηλαδή οι εκθέσεις και εκδηλώσεις σταδιοδρομίας, αξιοποιούνται από ορισμένες επιχειρήσεις ως ευκαιρία άμεσης

επαφής με ενδιαφερόμενους εργαζομένους και δικτύωσης με νέες γενιές επαγγελματιών του κλάδου. Οι τάσεις αυτές αποτυπώνονται και στο **Γράφημα 5.3** της έρευνας, επιβεβαιώνοντας τη σημασία τόσο των ψηφιακών όσο και των διαπροσωπικών καναλιών στην εύρεση προσωπικού.

Γράφημα 5.3. Μέθοδοι ανεύρεσης προσωπικού



6 Δεξιότητες και Σύγχρονες πρακτικές στις επιχειρήσεις φιλοξενίας

Η παρούσα μελέτη επιχείρησε να εξετάσει μια λιγότερο ορατή αλλά κρίσιμη διάσταση των επιχειρήσεων και των εργαζομένων στον χώρο της φιλοξενίας, εστιάζοντας όχι απλώς στην οργανωτική λειτουργία αλλά στις σύγχρονες πρακτικές που υιοθετούνται ως απάντηση στις μεταβαλλόμενες ανάγκες του επιχειρηματικού περιβάλλοντος.

Στο επίκεντρο της μελέτης τέθηκαν τρεις κομβικοί άξονες: η βιωσιμότητα, το τρίπτυχο προσβασιμότητα–ισότητα–συμπερίληψη (γνωστό και ως Diversity, Equity and Inclusion – D.E.I.) και ο ψηφιακός γραμματισμός. Οι θεματικές αυτές αντανακλούν τις κυρίαρχες τάσεις και τις στρατηγικές προτεραιότητες που διαμορφώνουν πλέον τη σύγχρονη τουριστική βιομηχανία.

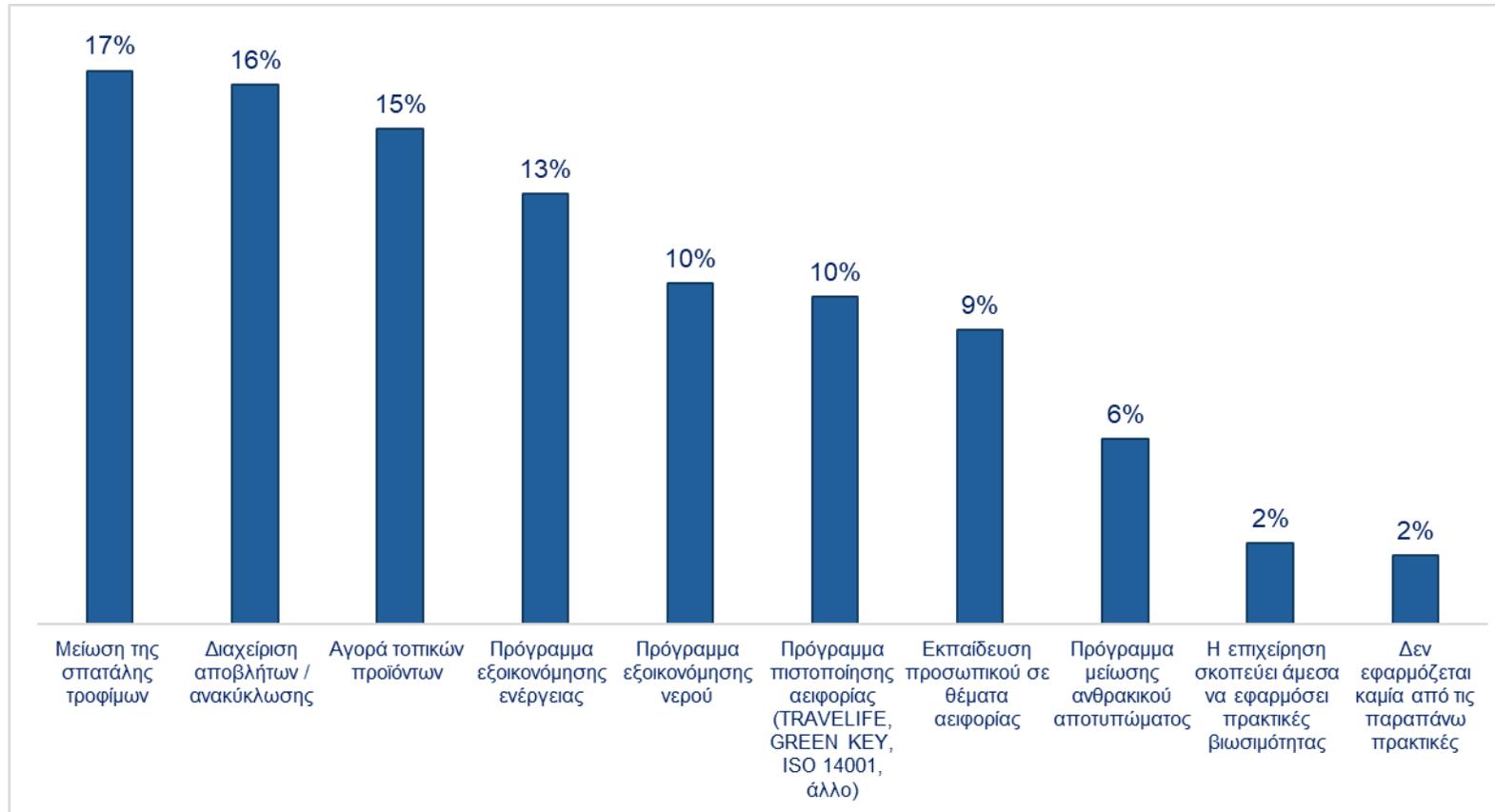
Με γνώμονα την αυξανόμενη διείσδυση αυτών των αξιών και πρακτικών στον κλάδο, ζητήθηκε από τους συμμετέχοντες να αξιολογήσουν τον βαθμό στον οποίο εφαρμόζονται πολιτικές βιωσιμότητας και D.E.I. στις επιχειρήσεις στις οποίες απασχολούνται. Επιπλέον, κλήθηκαν να εκφράσουν το ενδιαφέρον τους για την απόκτηση ή την ενίσχυση ψηφιακών δεξιοτήτων, επιλέγοντας από προκαθορισμένη λίστα ικανοτήτων σχετικών με τις απαιτήσεις της νέας ψηφιακής εποχής.

Η μελέτη στοχεύει στην αποτύπωση όχι μόνο των υφιστάμενων πρακτικών αλλά και των προσδοκιών των εργαζομένων ως προς τη μελλοντική εξέλιξη του τομέα, αναδεικνύοντας τον βαθμό ευθυγράμμισης της καθημερινής επιχειρησιακής λειτουργίας με τις αρχές της βιωσιμότητας, της κοινωνικής ενσωμάτωσης και της τεχνολογικής προσαρμοστικότητας.

6.1 Πρακτικές βιωσιμότητας στις επιχειρήσεις

Η ερώτηση ζητούσε από τους συμμετέχοντες να αναφέρουν τις πρακτικές βιωσιμότητας που εφαρμόζονται στις επιχειρήσεις όπου εργάζονται, όπως η διαχείριση αποβλήτων, η εξοικονόμηση ενέργειας και η προμήθεια τοπικών προϊόντων. Σε περίπτωση μη εφαρμογής οποιασδήποτε σχετικής πρακτικής, τους ζητήθηκε να το δηλώσουν. Σύμφωνα με τις απαντήσεις, μόλις το 2% ανέφερε ότι στην επιχείρησή του δεν εφαρμόζεται καμία πρακτική βιωσιμότητας. Αντίθετα, σχεδόν 2 στους 10 δήλωσαν πως η επιχείρησή τους προβαίνει σε διαχείριση αποβλήτων και ανακύκλωση, περιορίζει τη σπατάλη τροφίμων και προτιμά τοπικά προϊόντα για τις ανάγκες της. Λιγότερο διαδεδομένες πρακτικές αποτελούν η εφαρμογή προγραμμάτων μείωσης του ανθρακικού αποτυπώματος (6%) και η κατοχή πιστοποιητικών αειφορίας (10%) (**Γράφημα 6.1**).

Γράφημα 6.1. Πρακτικές βιωσιμότητας σε επιχειρήσεις φιλοξενίας



6.2 Πρακτικές D.E.I. στις επιχειρήσεις

Η έννοια του D.E.I. (Diversity, Equity & Inclusion) – Πολυμορφία, Ισότητα και Συμπερίληψη – αγκαλιάζει τις αρχές της ισότιμης μεταχείρισης, της καθολικής προσβασιμότητας και της ενεργούς συμμετοχής όλων των ατόμων, ανεξαρτήτως χαρακτηριστικών ή αναγκών. Στο πλαίσιο αυτό, ζητήθηκε από τους συμμετέχοντες να επιλέξουν, από μια προκαθορισμένη λίστα, τις πρακτικές που εφαρμόζονται στις επιχειρήσεις τους, σε σχέση με την προώθηση της ισότητας, της συμπερίληψης και της προσβασιμότητας. Οι επιλογές περιλάμβαναν:

- Τοποθέτηση δαπέδου αναγνωρίσιμου από άτομα με οπτική αναπηρία.
- Συμμετοχή σε προγράμματα πιστοποίησης προσβασιμότητας (όπως CPAAC, CPABE, WAS, CPWA, ADS).
- Εκπαιδευτικές δράσεις και σεμινάρια ευαισθητοποίησης του προσωπικού σε θέματα συμπερίληψης.
- Αντίστοιχες δράσεις κατάρτισης με έμφαση στην προσβασιμότητα για άτομα με αναπηρία.
- Παροχή προσβάσιμων υποδομών για τη διαμονή και εξυπηρέτηση των πελατών (όπως προσβάσιμα δωμάτια και τουαλέτες).
- Δυνατότητα εισόδου σε σκύλους-οδηγούς.
- Πρόβλεψη φυσικής πρόσβασης στο σύνολο των εγκαταστάσεων της επιχείρησης, περιλαμβανομένων ραμπών και ανελκυστήρων.
- Εφαρμογή πολιτικής ίσων ευκαιριών απασχόλησης, ανεξαρτήτως φύλου, σεξουαλικού προσανατολισμού, θρησκευτικών πεποιθήσεων ή κοινωνικής προέλευσης.

Παράλληλα, οι συμμετέχοντες είχαν τη δυνατότητα να δηλώσουν την απουσία εφαρμογής κάποιας από τις παραπάνω πρακτικές.

Η ανάλυση των απαντήσεων (**Γράφημα 6.2**), αποτυπώνει με σαφήνεια τις προτεραιότητες των επιχειρήσεων σε σχέση με τον πυλώνα του D.E.I.:

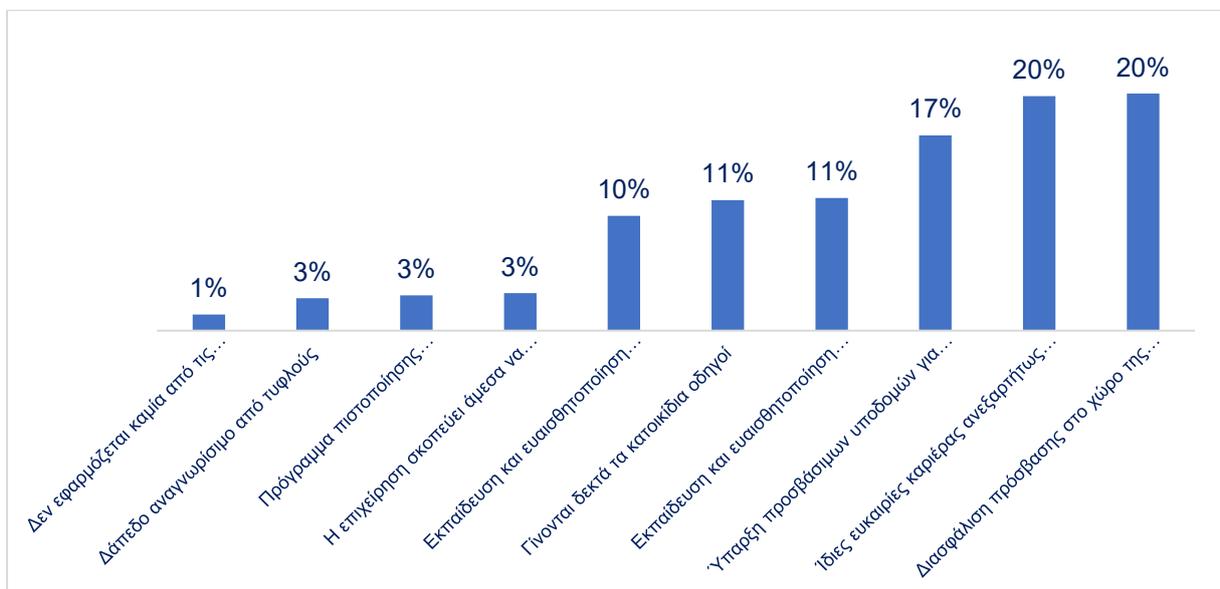
- 20% των επιχειρήσεων δήλωσαν ότι δίνουν έμφαση στην παροχή ίσων ευκαιριών καριέρας για όλους, ανεξαρτήτως φύλου, σεξουαλικού προσανατολισμού, θρησκείας ή κοινωνικής καταγωγής.
- 20% εστιάζουν στη διασφάλιση φυσικής πρόσβασης στον χώρο της επιχείρησης, με υποδομές όπως ράμπες και ανελκυστήρες, διευκολύνοντας την πρόσβαση ατόμων με αναπηρία ή μειωμένη κινητικότητα.

- 17% παρέχουν προσβάσιμες υποδομές για την εξυπηρέτηση των πελατών κατά τη διάρκεια της διαμονής ή επίσκεψής τους (π.χ. προσβάσιμα δωμάτια και τουαλέτες).

Σε χαμηλότερα ποσοστά – 10% και 11% αντίστοιχα – καταγράφονται οι πρωτοβουλίες για εκπαίδευση και ευαισθητοποίηση του προσωπικού σε ζητήματα συμπερίληψης και προσβασιμότητας, γεγονός που υποδηλώνει περιθώρια βελτίωσης στην ενίσχυση της εσωτερικής κουλτούρας D.E.I.

Αξιοσημείωτο είναι πως μόλις 1% των συμμετεχόντων δήλωσαν ότι δεν εφαρμόζουν καμία από τις προτεινόμενες πρακτικές, γεγονός που φανερώνει τουλάχιστον έναν βαθμό συνειδητοποίησης του επιχειρηματικού κόσμου ως προς τη σημασία της ενσωμάτωσης πρακτικών ισότητας και προσβασιμότητας.

Γράφημα 6.2. Πρακτικές D.E.I. σε επιχειρήσεις φιλοξενίας



6.3 Ψηφιακές δεξιότητες στους εργαζομένους

Ο ψηφιακός γραμματισμός αποτελεί ένα από τα πλέον κρίσιμα ζητήματα που απασχολούν σήμερα τον επιχειρηματικό κόσμο, ανεξαρτήτως θέσης ή τομέα δραστηριοποίησης. Η ικανότητα των εργαζομένων να χρησιμοποιούν αποτελεσματικά τα ψηφιακά εργαλεία και τις τεχνολογίες πληροφορίας δεν αποτελεί πλέον πολυτέλεια, αλλά βασική προϋπόθεση για τη συμμετοχή στην αγορά εργασίας και την επαγγελματική εξέλιξη.

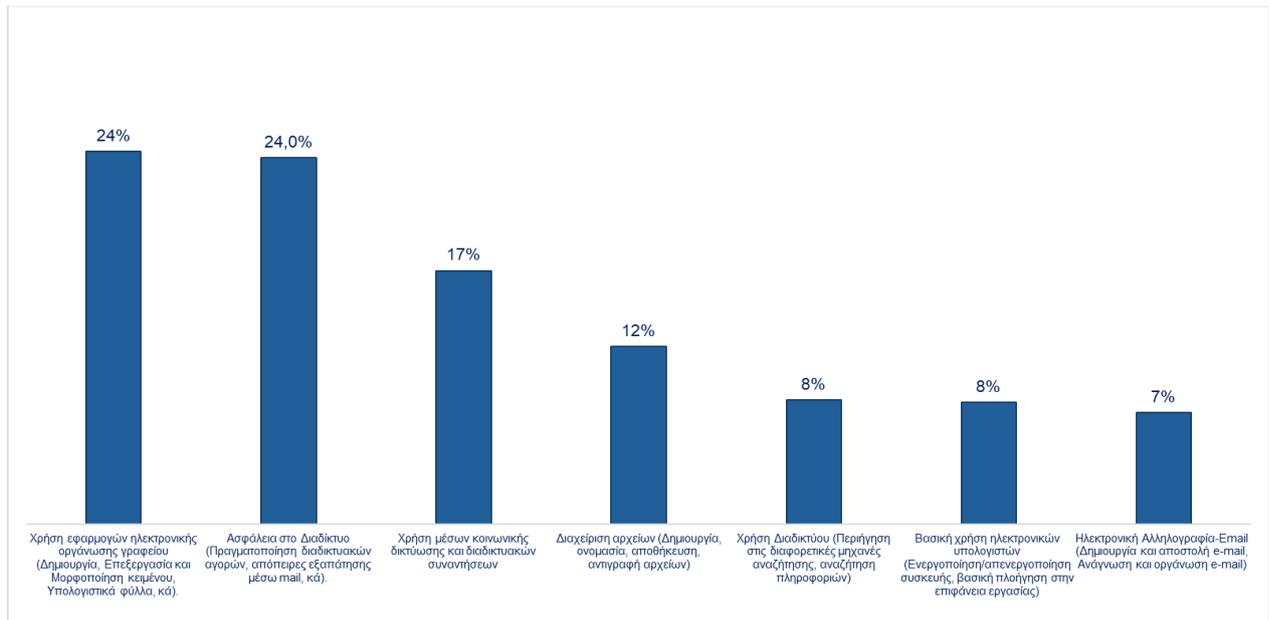
Οι βασικές ψηφιακές δεξιότητες που θεωρούνται αναγκαίες περιλαμβάνουν:

- **Χρήση του Διαδικτύου:** Εξοικείωση με διαφορετικές μηχανές αναζήτησης και στρατηγικές εντοπισμού έγκυρων και αξιόπιστων πληροφοριών.
- **Λειτουργία ηλεκτρονικών υπολογιστών:** Από την ενεργοποίηση και πλοήγηση στην επιφάνεια εργασίας μέχρι τη βασική κατανόηση του λειτουργικού συστήματος.
- **Ηλεκτρονική αλληλογραφία (e-mail):** Σύνταξη, αποστολή, ταξινόμηση και ορθή διαχείριση της ηλεκτρονικής επικοινωνίας.
- **Διαχείριση ψηφιακών αρχείων:** Δημιουργία, ονοματοδοσία, αποθήκευση και οργάνωση αρχείων σε φυσικά ή cloud περιβάλλοντα.
- **Χρήση κοινωνικών δικτύων και πλατφορμών τηλεδιάσκεψης:** Ικανότητα συμμετοχής σε διαδικτυακές συναντήσεις και αξιοποίηση των κοινωνικών μέσων για επαγγελματικούς σκοπούς.
- **Ψηφιακή ασφάλεια:** Αναγνώριση κινδύνων, προστασία από phishing, ασφαλείς αγορές και βασικές αρχές κυβερνοασφάλειας.
- **Εφαρμογές γραφείου:** Χρήση εργαλείων όπως το Microsoft Word, το Excel και αντίστοιχα προγράμματα για τη δημιουργία, επεξεργασία και μορφοποίηση κειμένων και δεδομένων.

Τα παραπάνω πεδία αποτέλεσαν τους βασικούς τομείς στους οποίους οι συμμετέχοντες σε σχετική έρευνα δήλωσαν ότι επιθυμούν να αποκτήσουν ή να βελτιώσουν τις δεξιότητές τους (**Γράφημα 6.3.**). Ιδιαίτερη εντύπωση προκαλεί το γεγονός ότι το 24% των συμμετεχόντων δήλωσε δυσκολία στη χρήση εφαρμογών ηλεκτρονικής οργάνωσης γραφείου, γεγονός που αποκαλύπτει την ανάγκη για στοχευμένη εκπαίδευση, ακόμα και σε θεωρούμενα "βασικά" ψηφιακά εργαλεία.

Επιπλέον, σχεδόν ένας στους τέσσερις συμμετέχοντες (24%) ανέδειξε την ενίσχυση της ψηφιακής ασφάλειας ως προτεραιότητα, κάτι που αντανακλά τις σύγχρονες προκλήσεις του ψηφιακού περιβάλλοντος. Αντίθετα, μόνο το 7% θεώρησε ότι χρειάζεται υποστήριξη στις διαδικασίες που σχετίζονται με την Ηλεκτρονική Αλληλογραφία-Email και το 8% στη Βασική χρήση ηλεκτρονικών υπολογιστών (όπως είναι για παράδειγμα η Ενεργοποίηση και η απενεργοποίηση συσκευής ή η βασική πλοήγηση στην επιφάνεια εργασίας) δείγμα ότι οι πολύ στοιχειώδεις δεξιότητες θεωρούνται – σε μεγάλο βαθμό – αποκτηθείσες.

Γράφημα 6.3. Ενίσχυση ψηφιακών δεξιοτήτων



7 Το μέλλον της εκπαίδευσης

Έχοντας ολοκληρώσει την καταγραφή της παρούσας κατάστασης τόσο από την πλευρά του απασχολούμενου όσο και από την αντίστοιχη της επιχείρησης, είναι σημαντικό να πραγματοποιηθεί μια προσπάθεια ανίχνευσης και μελλοντικών αναγκών εκπαίδευσης. Για το σκοπό αυτό, τέθηκαν δυο διαφορετικές ερωτήσεις στους συμμετέχοντες με την πρώτη να τους καλεί να αναφέρουν τις δεξιότητες εκείνες που επιθυμούν οι ίδιοι να βελτιώσουν και η δεύτερη τις θεματικές που προτιμούν να παρακολουθήσουν.

7.1 Επιθυμητές κατηγορίες θεματικών για μελλοντικά σεμινάρια

Μια πρώτη συνολική αποτύπωση των αποτελεσμάτων του **Γραφήματος 7.1**, φανερώνει πως οι συμμετέχοντες στη μελέτη αναγνωρίζουν την ανάγκη για περαιτέρω επιμόρφωση σε όλες τις θεματικές ενότητες, με την επιλογή τους να αντανακλά τη διαφορετική προσωπική και επαγγελματική τους πορεία.

Σύμφωνα με τις απαντήσεις του δείγματος, τέσσερις βασικοί θεματικοί άξονες – διοίκηση λειτουργιών, πωλήσεις και μάρκετινγκ, τρόφιμα και ποτά, καθώς και διοίκηση ανθρώπινου δυναμικού – συγκεντρώνουν παρόμοια επίπεδα ενδιαφέροντος, με τα ποσοστά να

κυμαίνονται μεταξύ 10% και 12%. Το εύρημα αυτό υποδηλώνει μία ισοκατανομή των αναγκών κατάρτισης σε καίρια επιχειρησιακά πεδία του τουριστικού τομέα.

Ελαφρώς υψηλότερη είναι η ζήτηση για κατάρτιση σε θεματικές που αφορούν στη γαστρονομία (18%) και στην προσωπική ανάπτυξη (17%), γεγονός που υποδηλώνει την αυξανόμενη σημασία των soft skills και της πολιτισμικής διαφοροποίησης στο τουριστικό προϊόν.

Στην κορυφή των προτιμήσεων καταγράφεται, τουλάχιστον για τη χρονική περίοδο διεξαγωγής της μελέτης, η ανάγκη επιμόρφωσης στον τομέα της διοίκησης και ηγεσίας, με ποσοστό που αγγίζει το 21%. Το εύρημα αυτό αναδεικνύει την αναγκαιότητα ενδυνάμωσης των δεξιοτήτων ηγεσίας, τόσο για τους υπάρχοντες όσο και για τους δυνητικούς επικεφαλής τουριστικών επιχειρήσεων και οργανισμών.

Γράφημα 7.1. Θεματικές μελλοντικών σεμιναρίων



7.2 Επιθυμητές δεξιότητες

Είναι πολύ θετικό και αισιόδοξο το γεγονός ότι οι απασχολούμενοι στον κλάδο αναγνωρίζουν τις ανάγκες τους σε δεξιότητες και εκδηλώνουν πρόθεση να τις ενισχύσουν.

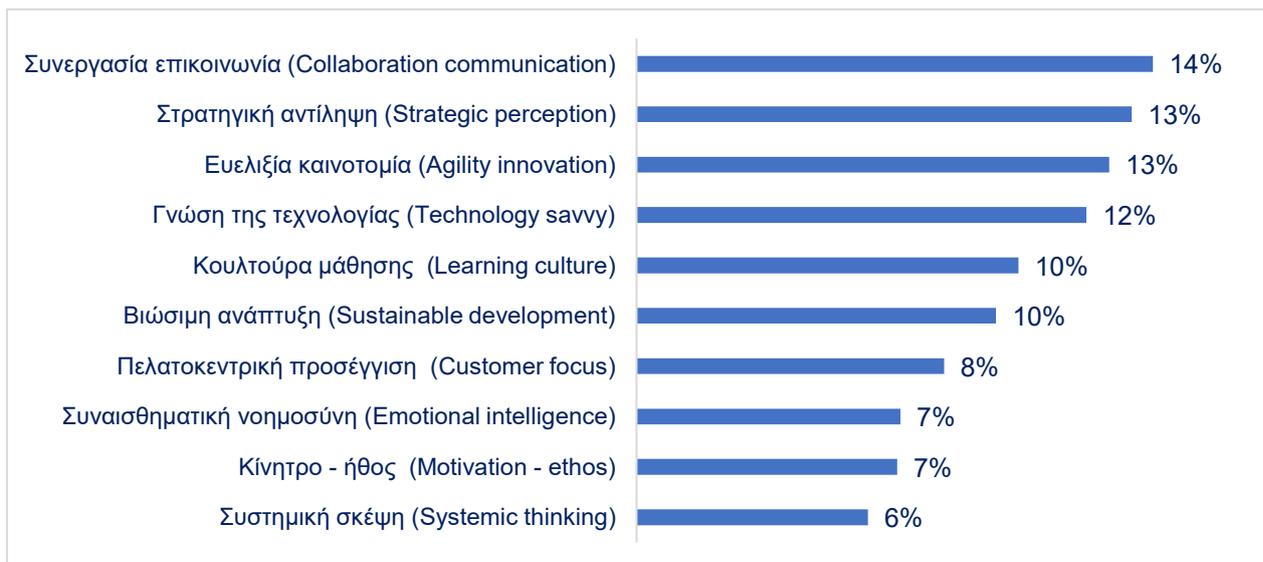
Το **Γράφημα 7.2** αποτυπώνει τις απαντήσεις των συμμετεχόντων στην ερώτηση «Σε ποιες από τις παρακάτω κατηγορίες δεξιοτήτων χρειάζεστε ενίσχυση εσείς ή οι συνεργάτες σας;». Οι δεξιότητες που αναδείχθηκαν ως πιο κρίσιμες για ενίσχυση είναι η συνεργασία και η επικοινωνία (14%), η στρατηγική αντίληψη (13%) και η ευελιξία και καινοτομία (13%). Τα αποτελέσματα δείχνουν ότι οι επαγγελματίες σήμερα αναγνωρίζουν ως βασικό ζητούμενο τη βελτίωση της ομαδικότητας, της ικανότητας σχεδιασμού σε βάθος χρόνου και της προσαρμοστικότητας σε μεταβαλλόμενα περιβάλλοντα.

Ακολουθεί με μικρή διαφορά η τεχνολογική εξοικείωση (12%), γεγονός που επιβεβαιώνει τη σημασία της τεχνολογικής επάρκειας στη σύγχρονη εργασιακή πραγματικότητα. Παράλληλα, η κουλτούρα μάθησης και η βιώσιμη ανάπτυξη, με ποσοστά 10%, υποδηλώνουν την ανάγκη για συνεχή επιμόρφωση και υιοθέτηση πιο υπεύθυνων και βιώσιμων πρακτικών.

Χαμηλότερα στις προτεραιότητες βρίσκονται η πελατοκεντρική προσέγγιση (8%), η συναισθηματική νοημοσύνη και το κίνητρο-ήθος (από 7%), καθώς και η συστημική σκέψη, η οποία με 6% συγκεντρώνει τη μικρότερη αναφορά. Η χαμηλή επίδοση της συστημικής σκέψης ενδέχεται να σχετίζεται είτε με τη δυσκολία κατανόησης της έννοιας είτε με την υποεκτίμηση της σημασίας της στην πράξη.

Συνολικά, το γράφημα αναδεικνύει την ανάγκη για στοχευμένες παρεμβάσεις ανάπτυξης δεξιοτήτων, που να συνδυάζουν τη συνεργασία, τη στρατηγική, την καινοτομία και την τεχνολογία, χωρίς να παραμελούν τις «ήπιες» δεξιότητες που στηρίζουν τη βιώσιμη και ολιστική επαγγελματική ανάπτυξη.

Γράφημα 7.2. Δεξιότητες προς ανάπτυξη



8 Επίλογος-Συμπεράσματα

Το εκπαιδευτικό αποτύπωμα του **ΙΝΣΕΤΕ** συνιστά σήμερα έναν από τους ισχυρότερους παράγοντες ενδυνάμωσης του ανθρώπινου δυναμικού του ελληνικού τουρισμού. Μέσα από το **Σχολείο Τουρισμού OnTour**, την ψηφιακή εργαλειοθήκη **INSETE Toolkit**, καθώς και τη στρατηγική συνεργασία με κορυφαίους φορείς όπως το **eCornell**, το **ALBA Graduate Business School** και το **WSPC**, το Ινστιτούτο διαμορφώνει μια συνεκτική και πολύπλευρη προσέγγιση μάθησης, που συνδυάζει διεθνή τεχνογνωσία με την ελληνική πραγματικότητα.

Η παρούσα έρευνα και αξιολόγηση των Executive Seminars 2024-2025 ανέδειξε τα υψηλά επίπεδα ικανοποίησης των συμμετεχόντων, το ισχυρό Net Promoter Score και την ευρεία γεωγραφική κάλυψη των δράσεων. Οι επαγγελματίες του κλάδου αναγνώρισαν την πρακτική αξία της γνώσης και την άμεση εφαρμογή της στην καθημερινή τους εργασία, ενώ ανέδειξαν τις μελλοντικές ανάγκες του τουρισμού σε ηγεσία, γαστρονομία, προσωπική ανάπτυξη, στρατηγική σκέψη, καινοτομία και ψηφιακή επάρκεια.

Η συνεχής παρακολούθηση των εκπαιδευτικών αναγκών, η ευελιξία στα μοντέλα μάθησης και η υιοθέτηση σύγχρονων πρακτικών καθιστούν το ΙΝΣΕΤΕ στρατηγικό εταίρο για τη βιώσιμη ανάπτυξη και την ανταγωνιστικότητα του ελληνικού τουρισμού. Η στρατηγική αυτή δημιουργεί σταθερές βάσεις για την καλλιέργεια μιας κουλτούρας διαρκούς εξέλιξης και αριστείας, που ανταποκρίνεται στις προκλήσεις της σύγχρονης εποχής.