

Ινστιτούτο
Συνδέσμου Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων

Εκπαιδευτικό Αποτύπωμα

Ετήσια Έκθεση
2021 - 2022

62

Σεμινάρια

1.005

Αξιολογήσεις

9,4

Αξιολόγηση /10

Περιεχόμενα

Executive Summary.....	4
1. INSETE Executive Seminars.....	6
1.1. Δείγμα συμμετεχόντων στην έρευνα αξιολόγησης	6
1.2. Δείγμα συμμετεχόντων στην έρευνα αξιολόγησης ανά σεμινάριο.....	7
2. Αξιολογήσεις.....	8
2.1. Γενική αξιολόγηση του συνόλου των προγραμμάτων	8
2.2. Γενική αξιολόγηση εισηγητών	9
2.3. Αξιολόγηση των επιμέρους εκπαιδευτικών προγραμμάτων	10
3. Επίπεδο γνώσεων.....	11
3.1. Επίπεδο γνώσεων πριν και μετά το σεμινάριο	11
3.2. Ποσοστό βελτίωσης γνώσεων ανά σεμινάριο	12
3.3. Βαθμός εφαρμογής γνώσεων στην εργασία.....	12
4. Αξιολόγηση μεθόδων διδασκαλίας, ποιότητας υλικού και τεχνικών χαρακτηριστικών	13
5. Εκπαιδευτικές προτεραιότητες συμμετεχόντων.....	13
5.1. Επιθυμητές κατηγορίες θεματολογιών για μελλοντικά σεμινάρια.....	13
5.2. Επιθυμητές θεματολογίες για μελλοντικά σεμινάρια ανά κατηγορία	13
6. Επίπεδο ικανοποίησης βάσει της πιθανότητας σύστασης του INSETE σε φίλο ή συνάδελφο (NPS).....	15
7. Έρευνα Pre-Work: Προσέλκυση προσωπικού & εκπαιδευτικές ανάγκες	15
7.1. Κριτήρια επιλογής και τρόπος διεξαγωγής.....	15
7.2. Εκπαιδευτικές ανάγκες του προσωπικού	16
7.3. Δυσκολία εύρεσης προσωπικού	17
7.4. Αιτίες αδυναμίας προσέλκυσης εργαζομένων.....	18
7.5. Μέθοδοι εύρεσης προσωπικού	19
7.6. Turnover εργαζομένων.....	19
Επίλογος-Συμπεράσματα.....	20
Παράρτημα. Θεματικές σεμιναρίων περιόδου 2021-2022	21

Διευκρινίσεις και ειδικοί όροι:

Η παρούσα έκθεση αποτελεσμάτων αξιολόγησης Executive Seminars 2021-2022 & έρευνας εκπαιδευτικών αναγκών αποτελεί αποκλειστική πνευματική ιδιοκτησία του INSETE.

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. 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 INSETE 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

Η παρούσα ετήσια έκθεση της 8ης δράσης (Ιούνιος 2021-Μάιος 2022) αποτυπώνει την ικανοποίηση των συμμετεχόντων από 62 Online Executive Seminars σε 37 θεματολογίες. Στην αξιολόγηση συμμετείχαν 1.005 από τα 1.372 άτομα (ποσοστό ανταπόκρισης 73,25%) που έλαβαν τα ερωτηματολόγια. Την περίοδο Ιουνίου 2021-Μαΐου 2022, στα Executive Seminars συμμετείχαν 1825 επαγγελματίες ενώ οι αιτήσεις που συγκεντρώθηκαν έφτασαν τις 2.608.

Η μελέτη καλύπτει τη γενική αξιολόγηση προγραμμάτων και εισηγητών, την αξιολόγηση ανά πρόγραμμα, το επίπεδο και την εφαρμογή των γνώσεων, τις μεθόδους/υλικό και τις μελλοντικές εκπαιδευτικές ανάγκες.

62	37	1.005	9,4
Σεμινάρια	Θεματολογίες	Αξιολογήσεις	Αξιολόγηση /10

Ως προς τις μελλοντικές ανάγκες, από τις 1.005 απαντήσεις των συμμετεχόντων ο τομέας της μαγειρικής-ζαχαροπλαστικής συγκέντρωσε το μεγαλύτερο ποσοστό, ενώ καταγράφηκε έντονη επιθυμία για συνέχιση της online υλοποίησης. Τα ευρήματα αυτά τροφοδότησαν τον σχεδιασμό της επόμενης περιόδου (9η Δράση, 2022-2023).

Η σχέση των συμμετεχόντων με τον θεσμό παραμένει ισχυρή: η πιθανότητα σύστασης του INSETE σε φίλο ή συνεργάτη αξιολογήθηκε με 9,62/10.

Καταγράφεται ουσιαστική εκπαιδευτική επίδραση: το δηλωθέν επίπεδο γνώσεων αυξήθηκε από 3,35 σε 4,24 στην κλίμακα 1-5 (+28%), με τη μεγαλύτερη βελτίωση στο σεμινάριο GROWTH MINDSET. Η δυνατότητα εφαρμογής των γνώσεων στην εργασία αξιολογήθηκε με 8,90/10.

Η μέση συνολική αξιολόγηση διαμορφώθηκε στο 9,4/10, με τα 55 από τα 62 σεμινάρια (89%) να συγκεντρώνουν μέσο όρο 9 και άνω και κανένα κάτω από 8. Οι εισηγητές αξιολογήθηκαν με 9,71/10 στις πέντε παραμέτρους της έρευνας – και τα 62 σεμινάρια άνω του 9 – ενώ η κάλυψη προσδοκιών διαμορφώθηκε στο 9,28/10.

Για πρώτη φορά διενεργήθηκε έρευνα Pre-Work (779 απαντήσεις, ανταπόκριση 56,7%), η οποία αποτύπωσε τις εκπαιδευτικές ανάγκες και τη δυσκολία στελέχωσης του κλάδου: το 41,2% αντιμετώπισε μεγάλα προβλήματα εύρεσης προσωπικού, με την πίεση να εστιάζεται στην πρώτη γραμμή (57,7%) και στα τμήματα F&B και Κουζίνας.

Key Findings

- **9,4/10** μέση συνολική αξιολόγηση – 55 από τα 62 σεμινάρια (89%) με μέσο όρο 9 και άνω.
- **9,71/10** μέση αξιολόγηση εισηγητών – και τα 62 σεμινάρια άνω του 9 (ελάχιστο 9,19).
- **73,25%** ανταπόκριση στην έρευνα (1.005 από 1.372 συμμετέχοντες).
- **+28%** βελτίωση του δηλωθέντος επιπέδου γνώσεων (από 3,35 σε 4,24 στην κλίμακα 1-5).
- **8,90/10** δυνατότητα εφαρμογής των γνώσεων στην εργασία.
- **9,62/10** πιθανότητα σύστασης του INSETE σε φίλο ή συνεργάτη.
- **Κορυφαία μελλοντική ζήτηση:** μαγειρική-ζαχαροπλαστική – σαφής προτίμηση συνέχισης online.
- **Pre-Work (νέο):** 41,2% με μεγάλα προβλήματα εύρεσης προσωπικού – 57,7% στην πρώτη γραμμή, κορυφαία ανάγκη στελέχωσης το F&B (47,2%).

1. INSETE Executive Seminars

Τα Executive Seminars του INSETE είναι μια στοχευμένη εκπαιδευτική δράση για στελέχη και επαγγελματίες του τουρισμού, σχεδιασμένη ώστε να εμπλουτίζει διαρκώς τις γνώσεις τους και να καλλιεργεί δεξιότητες προσαρμοσμένες στις σύγχρονες προκλήσεις και στις μεταβαλλόμενες ανάγκες της τουριστικής αγοράς.

Η μεθοδολογία τους στηρίζεται στη λογική των μαθησιακών διαδρομών (learning pathways): κάθε συμμετέχων μπορεί να συνθέσει τη δική του, εξατομικευμένη πορεία μάθησης, επιλέγοντας ανάμεσα σε θεματικές ενότητες που ενισχύουν τόσο οριζόντιες όσο και εξειδικευμένες επαγγελματικές δεξιότητες. Οι θεματικές ανανεώνονται κάθε χρόνο, με βάση τα ευρήματα της ετήσιας έρευνας του INSETE για τις ανάγκες των επιχειρήσεων φιλοξενίας σε δεξιότητες, ώστε το περιεχόμενο να παραμένει επίκαιρο και απόλυτα ευθυγραμμισμένο με τις απαιτήσεις του κλάδου.

Την περίοδο Ιουνίου 2021 - Μαΐου 2022 (8η Δράση), τα Executive Seminars σημείωσαν υψηλή ζήτηση και συμμετοχή: πραγματοποιήθηκαν 62 online διοργανώσεις, καλύπτοντας 37 θεματολογίες σε κρίσιμους τομείς επαγγελματικής ανάπτυξης. Την ποιότητα της δράσης επιβεβαιώνει και η αξιολόγηση, με ποσοστό ανταπόκρισης 73,25% (1.005 συμπληρωμένα ερωτηματολόγια από τα 1.372 που διανεμήθηκαν) και μέση συνολική βαθμολογία 9,4/10.

Η συγκεντρωτική μελέτη αξιολόγησης κάλυψε τη γενική αποτίμηση προγραμμάτων και εισηγητών, την αξιολόγηση ανά πρόγραμμα, το επίπεδο και τη δυνατότητα εφαρμογής των γνώσεων, τις μεθόδους και το εκπαιδευτικό υλικό, καθώς και τις μελλοντικές εκπαιδευτικές ανάγκες.

1.1. Δείγμα συμμετεχόντων στην έρευνα αξιολόγησης

Κατά την αξιολόγηση του 2021 - 2022 συμμετείχαν 1005 άτομα από τα 1372 που συνολικά παρακολούθησαν μέσω της Online πλατφόρμας Zoom έχοντας ποσοστό ανταπόκρισης 73,25%. Στο σύνολο, το έτος 2021-2022, πραγματοποιήθηκαν 62 σεμινάρια με 37 τον αριθμό θεματολογίες.

1.2. Δείγμα συμμετεχόντων στην έρευνα αξιολόγησης ανά σεμινάριο

Από το πλήθος των ατόμων που συμμετείχαν στην αξιολόγηση των σεμιναρίων 1005 στον αριθμό, η πλειοψηφία παρακολούθησε το σεμινάριο “FLAVOR EXTRACTION & NEUROGASTRONOMY, τρώγοντας με τις αισθήσεις”, ποσοστό 7,6%. Ακολουθούν τα σεμινάρια ΣΥΓΧΡΟΝΑ ΓΛΥΚΑ-Ιδέες παρουσίασης για βιτρίνες ζαχαροπλαστέων με ποσοστό 4,1%, “GLUTEN FREE DESSERTS, σύγχρονες τεχνικές”, “ΥΓΡΕΣ BYΝΕΣ & ΠΡΟΖΥΜΙΑ, παραδοσιακές μέθοδοι & σύγχρονες τεχνικές”, “ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΚΗ ΚΟΥΖΙΝΑ, σύγχρονες τεχνικές a la carte” με ποσοστό για το καθένα από αυτά 4%. Παρατηρούμε δηλαδή ότι στην πρώτη πεντάδα προτίμησης, ανήκουν τα σεμινάρια με στις κατηγορίες υπηρεσίες μαγειρικής, και επισιτισμού. Τα πέντε αυτά σεμινάρια αντιπροσωπεύουν το 23,6% του συνόλου από το πλήθος των συμμετοχών.

Το σεμινάριο με τη λιγότερη απήχηση από το σύνολο των συμμετεχόντων στην αξιολόγηση ήταν το “SALES REDEFINED, trust communication loyalty” με ποσοστό μόλις 1% (10 άτομα στα 1005). Αυτό συμβαίνει γιατί ήταν ένα ολιγάριθμο σεμινάριο (με λίγους συμμετέχοντες εκ του αρχικού προγραμματισμού και το οποίο αξιολογήθηκε με μόλις από το 66,67% αυτών) καθώς επίσης δεν επαναλήφθηκε δεύτερη φορά.

2. Αξιολογήσεις

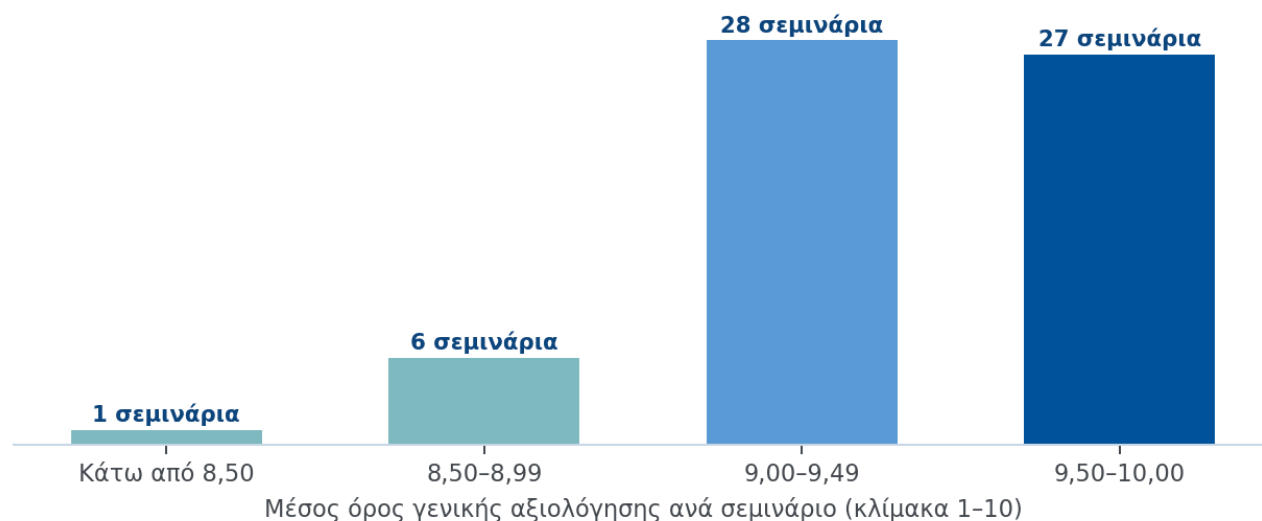
Η ενότητα αυτή επικεντρώνεται στην παρουσίαση των αποτελεσμάτων αξιολόγησης ανά ερώτημα όπως καταγράφηκαν από τους συμμετέχοντες στα Executive Seminars του INSETE. Η αξιολόγηση σχετίζεται τόσο με τη συνολική εικόνα κάθε σεμιναρίου, όσο και με τις επιδόσεις του εισηγητή, την ποιότητα του εκπαιδευτικού υλικού, την ικανοποίηση των προσδοκιών και τη βελτίωση του επιπέδου της γνώσης των συμμετεχόντων μετά την ολοκλήρωση της παρακολούθησης.

2.1. Γενική αξιολόγηση του συνόλου των προγραμμάτων

Το σύνολο των 62 σεμιναρίων στην ερώτηση “Πως θα αξιολογούσατε το Executive Seminar συνολικά;” αξιολόγησε με μέσο όρο 9,4/10. Επιπλέον οι συμμετέχοντες αξιολόγησαν τα σεμινάρια όσον αφορά το βαθμό κάλυψης των προσδοκιών τους με 9,28/10. Σε γενικές γραμμές παρατηρούμε αρκετά θετική αξιολόγηση και ως προς τα ίδια τα σεμινάρια αλλά και από την πλευρά των συμμετεχόντων, ως προς τις προσδοκίες τους για αυτά.

Σε επίπεδο επιμέρους σεμιναρίων, τα 55 από τα 62 (89%) συγκέντρωσαν μέσο όρο γενικής αξιολόγησης 9 και άνω, ενώ κανένα δεν αξιολογήθηκε κάτω από 8 (Γράφημα 2.1.).

Γράφημα 2.1. Κατανομή μέσων όρων γενικής αξιολόγησης ανά σεμινάριο



2.2. Γενική αξιολόγηση εισηγητών

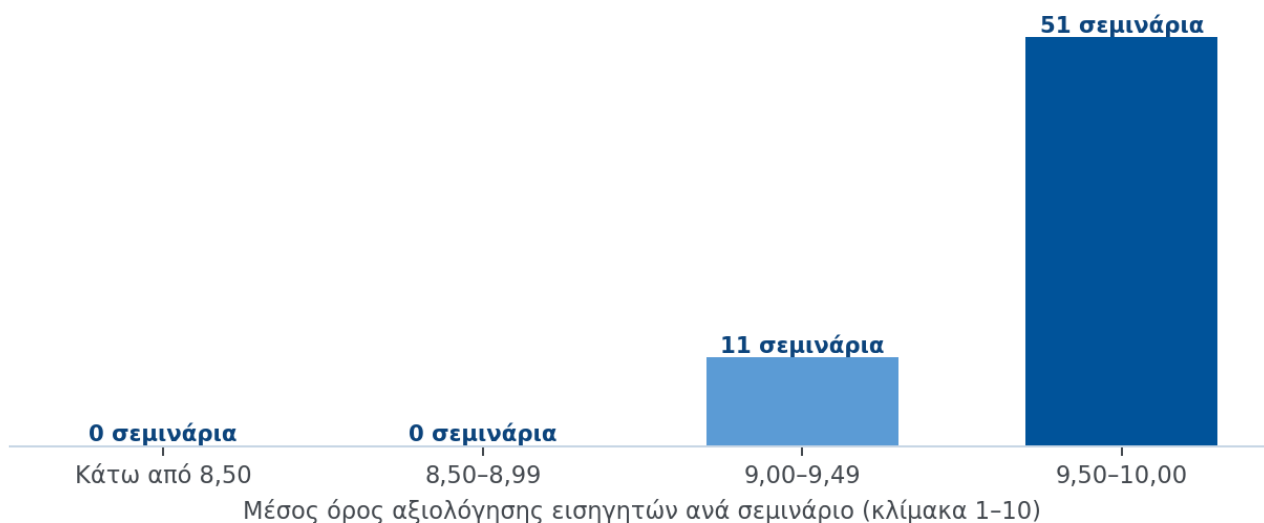
Πέρα από την αξιολόγηση των ίδιων των εκπαιδευτικών προγραμμάτων, ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζει και η αποτίμηση του ανθρώπινου παράγοντα που τα υλοποίησε, δηλαδή των εισηγητών.

2.2.1 Μέσος όρος συνολικής αξιολόγησης εισηγητή

Όσον αφορά τους εισηγητές, κι εδώ παρατηρούμε αρκετά θετική αξιολόγηση με μέσο όρο συνολικής αξιολόγησης 9,71/10. Ελάχιστες διαφορές παρατηρούμε σε σύγκριση με την αξιολόγηση των εκπαιδευτικών προγραμμάτων 7ης δράσης, αύξηση της τάξης του 0,11. Πιο αναλυτικά, ως προς την ανταπόκρισή τους σε ερωτήσεις οι εισηγητές των σεμιναρίων αξιολογήθηκαν με μέσο όρο 9,83/10, ως προς τις γνώσεις τους με 9,81/10, ως προς τη μεταδοτικότητα αξιολογήθηκαν με 9,74/10, στην διαχείριση της online πλατφόρμας πήραν 9,67/10, ενώ τη χαμηλότερη βαθμολογία την είχαν παρουσίαση νέων και χρήσιμων μεθόδων/ θεμάτων με βαθμό μόλις 9,5/10.

Η εικόνα είναι καθολική: και τα 62 σεμινάρια της περιόδου αξιολόγησαν τους εισηγητές τους με μέσο όρο άνω του 9 (ελάχιστος 9,19), με τα 51 από αυτά άνω του 9,50 (Γράφημα 2.2.1).

Γράφημα 2.2.1. Κατανομή μέσων όρων αξιολόγησης εισηγητών ανά σεμινάριο

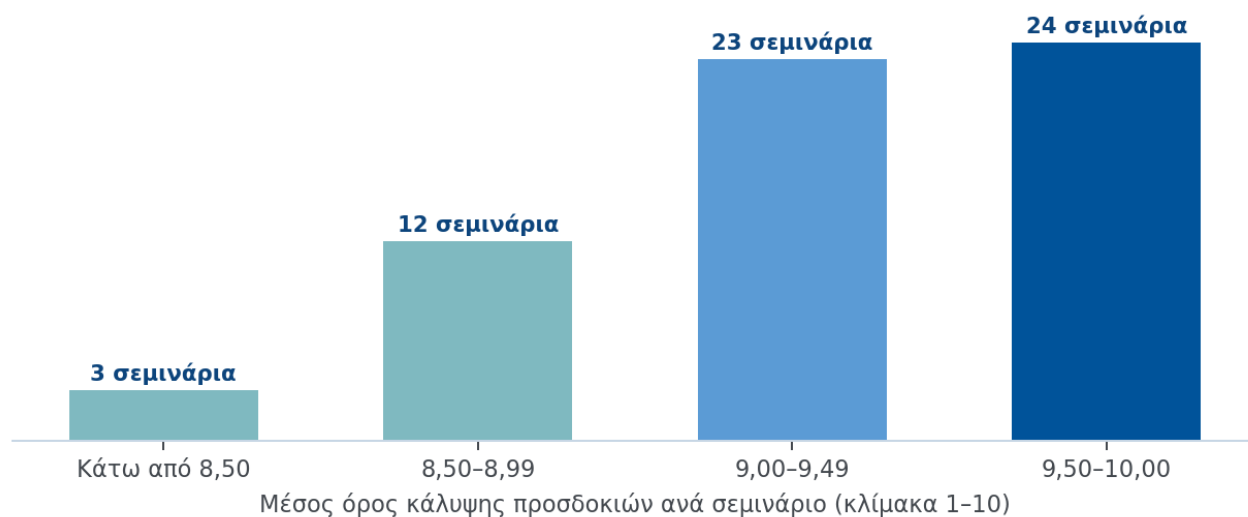


2.3. Αξιολόγηση των επιμέρους εκπαιδευτικών προγραμμάτων

Παρακάτω δίνεται η αξιολόγηση των 37 θεματολογιών των σεμιναρίων. Πιο συγκεκριμένα επιβεβαιώνεται και από τη γενική αξιολόγηση (μέσος όρος αξιολόγησης προγράμματος και κάλυψης των προσδοκιών των συμμετεχόντων) ότι την πιο θετική αξιολόγηση (9,95/10) έλαβε η θεματολογία “RESERVATIONS REDEFINED, building engagement and trust” ενώ τη χαμηλότερη αξιολόγηση το “WELLNESS & WELLBEING practices & opportunities”. Οι βαθμοί αξιολόγησης και των 37 θεματολογιών είναι αρκετά ικανοποιητικοί καθώς κυμαίνονται από 8,52/10 έως 9,95/10.

Ως προς την κάλυψη των προσδοκιών ανά σεμινάριο, τα 47 από τα 62 (76%) συγκέντρωσαν μέσο όρο 9 και άνω (Γράφημα 2.3.).

Γράφημα 2.3. Κατανομή μέσων όρων κάλυψης προσδοκιών ανά σεμινάριο



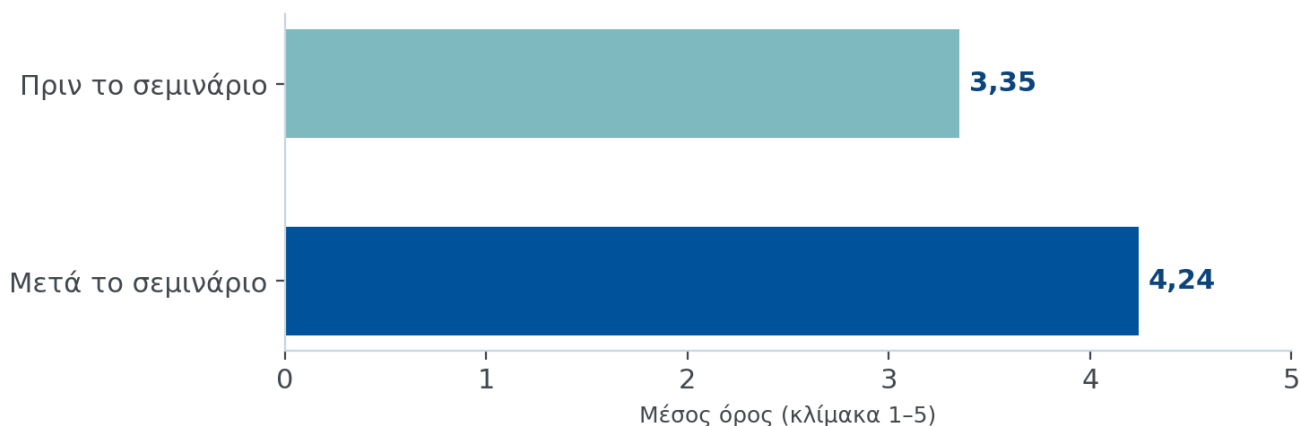
3. Επίπεδο γνώσεων

Η παρακάτω εικόνα μας δείχνει το ποσοστό βελτίωσης των γνώσεων των συμμετεχόντων, έτσι όπως αυτοί την αξιολόγησαν με βάση την υποκειμενική τους άποψη για τις γνώσεις τους πριν και μετά τα σεμινάρια. Στο σύνολο παρατηρείται βελτίωση της τάξης του 27,85% ως προς το επίπεδο γνώσεων. Συγκεκριμένα πριν το σεμινάριο, οι συμμετέχοντες βαθμολόγησαν το επίπεδο γνώσεων τους πάνω στο αντικείμενο με μέσο όρο 3,35/5 ενώ μετά το σεμινάριο ο βαθμός αυτός αυξήθηκε σε 4,24/5, αρκετά ικανοποιητική βελτίωση.

3.1. Επίπεδο γνώσεων πριν και μετά το σεμινάριο

Ένας από τους βασικούς δείκτες αποτελεσματικότητας του σεμιναρίου είναι ο βαθμός στον οποίο ενισχύθηκε το επίπεδο γνώσεων των συμμετεχόντων. Για τον σκοπό αυτό, οι συμμετέχοντες αξιολόγησαν το επίπεδο γνώσεών τους στο αντικείμενο του σεμιναρίου σε δύο χρονικές στιγμές: πριν την έναρξη και μετά την ολοκλήρωσή του, χρησιμοποιώντας κλίμακα από 1 έως 5. Η σύγκριση των δύο μετρήσεων αποτυπώνει τη μεταβολή που επέφερε η εκπαιδευτική διαδικασία.

Γράφημα 3.1. Επίπεδο γνώσεων πριν και μετά το σεμινάριο



Όπως προκύπτει από το Γράφημα 3.1, ο μέσος όρος του επιπέδου γνώσεων πριν το σεμινάριο διαμορφώθηκε στο 3,35, ένδειξη ότι οι συμμετέχοντες διέθεταν ήδη μια μέτρια προς καλή βάση γνώσεων στο αντικείμενο. Μετά την ολοκλήρωση του σεμιναρίου, ο αντίστοιχος μέσος όρος ανήλθε στο 4,24, καταγράφοντας αισθητή άνοδο κατά 0,89 μονάδες. Η βελτίωση αυτή αντιστοιχεί σε μέσο ποσοστό βελτίωσης γνώσεων 27,85%, γεγονός που καταδεικνύει ότι το σεμινάριο πέτυχε σε σημαντικό βαθμό τον εκπαιδευτικό του στόχο. Η μετακίνηση του μέσου όρου από επίπεδο «μέτριο» σε επίπεδο που προσεγγίζει το «πολύ καλό» επιβεβαιώνει ότι το περιεχόμενο ήταν ουσιαστικό και προσέφερε προστιθέμενη αξία, ακόμη και σε συμμετέχοντες με προϋπάρχουσα εξοικείωση με το αντικείμενο.

3.2. Ποσοστό βελτίωσης γνώσεων ανά σεμινάριο

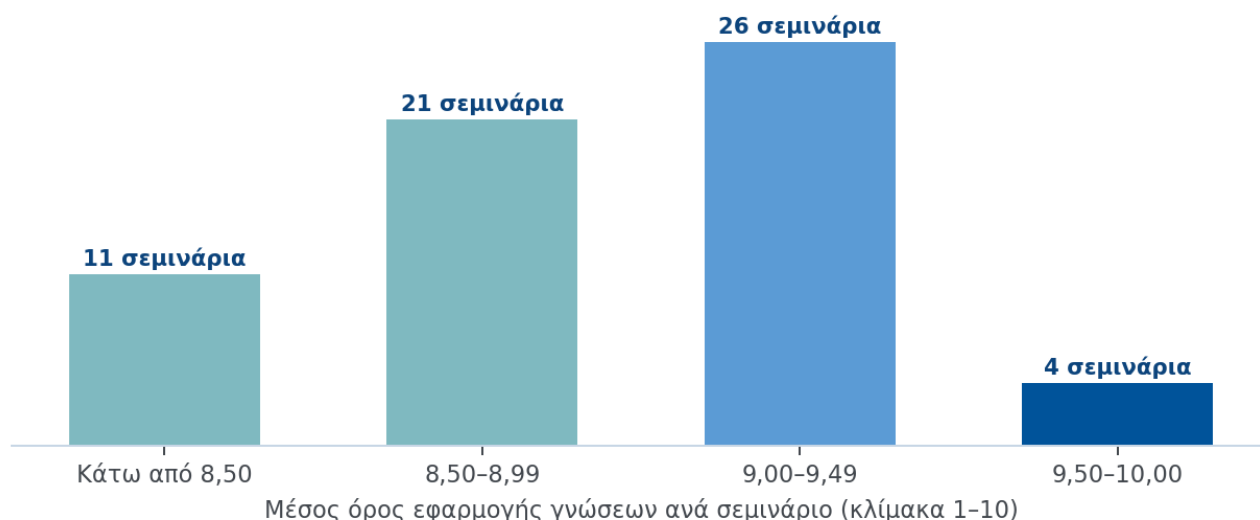
Παρακάτω δίνεται για κάθε θεματολογία ξεχωριστά ο μέσος όρος ποσοστού βελτίωσης των γνώσεων ανά σεμινάριο. Παρατηρούμε ότι στο σεμινάριο “GROWTH MINDSET, boost your brain” το ποσοστό ξεπερνάει το 53%, αποτυπώνοντας αρκετά σημαντική βελτίωση, καθώς επίσης το σεμινάριο “HOUSEKEEPING MANAGEMENT 2, the next level” με ποσοστό 50,67%. Το σεμινάριο με τη λιγότερη βελτίωση ως προς το επίπεδο γνώσεων των συμμετεχόντων πριν και μετά είναι το “SKIPPERS’ RESPONSIBILITIES, the value of effective skipper leadership on board” το οποίο δεν είχε αρκετά μεγάλο ποσοστό βελτίωσης των γνώσεων των συμμετεχόντων.

3.3. Βαθμός εφαρμογής γνώσεων στην εργασία

Ακολουθεί το διάγραμμα όπου δείχνει κατά πόσο μπορούν να εφαρμοστούν οι γνώσεις που αποκτήθηκαν στα σεμινάρια, στον εργασιακό χώρο των συμμετεχόντων. Με κλίμακα από το 1 έως το 10, κατά μέσο όρο στο σύνολο των σεμιναρίων η εφαρμογή των γνώσεων στον εργασιακό χώρο αξιολογείται με 8,90/10. Πιο αναλυτικά, παρατηρείται η μεγαλύτερη ανταπόκριση των γνώσεων που απέκτησαν οι συμμετέχοντες από τα σεμινάρια, στο εργασιακό τους χώρο στο σεμινάριο “F&B ESSENTIALS, the ultimate guide for an f&b server” με βαθμό εφαρμογής ίσο με 9,69/10 ενώ ο μικρότερος βαθμός αλλά και πάλι αρκετά θετικός είναι όσον αφορά το σεμινάριο “SKIPPERS’ RESPONSIBILITIES, the value of effective skipper leadership on board” όπου είναι ίσος με 8/10. Ωστόσο ο μέσος όρος του συνόλου των σεμιναρίων: 8,9

Σε επίπεδο επιμέρους σεμιναρίων, στα 30 από τα 62 (48%) η δυνατότητα εφαρμογής αξιολογήθηκε με μέσο όρο 9 και άνω (Γράφημα 3.3.).

Γράφημα 3.3. Κατανομή μέσων όρων εφαρμογής γνώσεων ανά σεμινάριο



4. Αξιολόγηση μεθόδων διδασκαλίας, ποιότητας υλικού και τεχνικών χαρακτηριστικών

Όσον αφορά τις μεθόδους διδασκαλίας αξιολογήθηκαν στο σύνολο με 9,54/10, τα τεχνικά χαρακτηριστικά (ήχος εικόνα πλατφόρμα) με 9,5/10 ενώ η ποιότητα του υλικού με 9,41/10. Οι διαφορές στις τιμές δεν είναι αρκετά μεγάλες.

5. Εκπαιδευτικές προτεραιότητες συμμετεχόντων

Πέρα από την αποτίμηση των προγραμμάτων που ήδη υλοποιήθηκαν, η έρευνα αποτύπωσε και το βλέμμα των συμμετεχόντων προς το μέλλον, καταγράφοντας τις εκπαιδευτικές τους προτεραιότητες. Η ανάλυση των απαντήσεων αναδεικνύει τόσο τις ευρύτερες κατηγορίες θεματολογιών που συγκεντρώνουν το μεγαλύτερο ενδιαφέρον όσο και τα ειδικότερα θέματα εντός καθεμιάς, προσφέροντας έναν πολύτιμο οδηγό για τον σχεδιασμό των επόμενων δράσεων.

5.1. Επιθυμητές κατηγορίες θεματολογιών για μελλοντικά σεμινάρια

Από το σύνολο των συμμετεχόντων που αξιολόγησαν τα σεμινάρια, οι περισσότεροι δήλωσαν ότι θα ήθελαν μελλοντικά να παρακολουθήσουν σεμινάρια σχετικά με την μαγειρική και την ζαχαροπλαστική. Επίσης πολλοί συμμετέχοντες επιθυμούν να παρακολουθήσουν θεματολογίες σχετικά με την Διαχείριση Ανθρώπινου Δυναμικού & Εκπαίδευση αλλά και με το Marketing. Οι τέσσερις πρώτες θεματολογίες κατά συνέπεια αντιπροσωπεύουν το 54% του ενδιαφέροντος των συμμετεχόντων

Ακολουθούν τα σεμινάρια σχετικά με τρόφιμα - ποτά και σεμινάρια Προσωπικής και επαγγελματικής ανάπτυξης. Χαμηλότερη ζήτηση παρατηρείται στα σεμινάρια Ειδικών Μορφών Τουρισμού και στα σεμινάρια Οικονομικών - μόνο 18 στους 1451 αντίστοιχα.

5.2. Επιθυμητές θεματολογίες για μελλοντικά σεμινάρια ανά κατηγορία

Παρακάτω παρατηρούμε για κάθε βασική κατηγορία, τα κύρια σημεία θεματολογίας. Όσον αφορά την Μαγειρική Τέχνη, οι συμμετέχοντες πιο αναλυτικά, επιθυμούν να παρακολουθήσουν σεμινάρια σχετικά με την Σύγχρονη Κουζίνα.

Ακόμα, στα σεμινάρια που αφορούν την Ζαχαροπλαστική αρκετοί είναι εκείνοι επιθυμούν κυρίως θέματα τύπου Αρτοποιίας, (ζύμες, αρτοσκευάσματα)

Επίσης, στα σεμινάρια που αφορούν την Διαχείριση Ανθρώπινου Δυναμικού και την Εκπαίδευση τα θέματα που επιθυμούν οι συμμετέχοντες να ασχοληθούν μελλοντικά είναι κατά πλειοψηφία η Διοίκηση και η Οργάνωση του HR.

Στα σεμινάρια που αφορούν το Marketing, οι συμμετέχοντες δήλωσαν ότι επιθυμούν να ασχοληθούν μελλοντικά με Social Media και Digital tools.

Στα σεμινάρια με θέμα Τρόφιμα Ποτά Operations, οι συμμετέχοντες επιθυμούν να ασχοληθούν μελλοντικά κυρίως με το F&B Management.

Στα σεμινάρια που αφορούν την Προσωπική και Επαγγελματική Ανάπτυξη τα θέματα που επιθυμούν οι συμμετέχοντες να ασχοληθούν μελλοντικά είναι σχετικά με την αυτοβελτίωση.

Επίσης, στα σεμινάρια που αφορούν τις Πωλήσεις τα θέματα που επιθυμούν οι συμμετέχοντες να ασχοληθούν μελλοντικά είναι κατά πλειοψηφία το Yield & Revenue. Λιγότερη ζήτηση έχουν η Προώθηση και το Upselling.

Στα σεμινάρια που αφορούν το Leadership & Management παρατηρούμε μεγαλύτερη ζήτηση σε θεματολογίες σχετικές με το Management ενώ λιγότερη ζήτηση έχει το Strategic Management.

Επίσης, στα σεμινάρια που αφορούν τις Τμηματικές Εκπαιδεύσεις, τα θέματα που επιθυμούν οι συμμετέχοντες να ασχοληθούν μελλοντικά είναι κυρίως όσον αφορά το Housekeeping και στην συνέχεια την Υποδοχή & Concierge.

Ακόμα, στα σεμινάρια που αφορούν την Εμπειρία Πελάτη αρκετοί είναι εκείνοι επιθυμούν θέματα τύπου Διαχείρισης Παραπόνων.

Επιπλέον παρατηρούμε ότι στα σεμινάρια που αφορούν τις Ειδικές Μορφές Τουρισμού, δεν υπάρχει μεγάλη ζήτηση αλλά όσοι δήλωσαν, επιθυμούν να ασχοληθούν μελλοντικά με Νέες τάσεις και Εναλλακτικό Τουρισμό.

Τέλος παρατηρούμε την μικρότερη ζήτηση στα σεμινάρια που αφορούν τα Οικονομικά αλλά όσοι δήλωσαν επιθυμούν να ασχοληθούν μελλοντικά είναι κατά πλειοψηφία Finance - Accounting - Reporting.

6. Επίπεδο ικανοποίησης βάσει της πιθανότητας σύστασης του INSETE σε φίλο ή συνάδελφο (NPS)

Στην ερώτηση «Πόσο πιθανό είναι να συστήσετε το INSETE σε ένα φίλο ή συνεργάτη σας;», ο μέσος όρος διαμορφώθηκε στο 9,62/10. Σε επίπεδο επιμέρους σεμιναρίων, οι μέσοι όροι κυμάνθηκαν από 8,73 έως 9,91, με τη συντριπτική πλειοψηφία των θεματολογιών άνω του 9,5.

Αντίστοιχα, η πιθανότητα σύστασης του συγκεκριμένου σεμιναρίου που παρακολούθησε ο κάθε συμμετέχων αξιολογήθηκε με 9,53/10, με τους μέσους όρους ανά θεματολογία να κυμαίνονται από 8,41 έως 9,92. Τα δύο ευρήματα συνθέτουν μια σταθερά ισχυρή σχέση εμπιστοσύνης των συμμετεχόντων τόσο με τον θεσμό όσο και με το περιεχόμενο των επιμέρους προγραμμάτων.

7. Έρευνα Pre-Work: Προσέλκυση προσωπικού & εκπαιδευτικές ανάγκες

Για πρώτη χρονιά την περίοδο 2021-2022, οι συμμετέχοντες συμπλήρωσαν Pre-Work ερωτηματολόγιο πριν από την παρακολούθηση των σεμιναρίων. Στην έρευνα έλαβαν μέρος 779 άτομα (ποσοστό ανταπόκρισης 56,7%) – 48,6% άνδρες και 47,4% γυναίκες – με κυρίαρχες τις ηλικιακές ομάδες 25-34 και 35-55 ετών. Το 73% απασχολείται σε ξενοδοχεία, το 14% στην εστίαση, το 6% σε ενοικιαζόμενα καταλύματα, το 5% σε τουριστικά γραφεία, το 3,7% σε μαρίνες και το 3% σε δραστηριότητες αναψυχής.

7.1. Κριτήρια επιλογής και τρόπος διεξαγωγής

Το 53% των συμμετεχόντων παρακολουθεί έως τρία σεμινάρια ετησίως, το 32% τρία έως πέντε και το 15% περισσότερα από πέντε. Κυρίαρχα κριτήρια επιλογής αναδεικνύονται η θεματολογία (96%) και ο εισηγητής (44%), ενώ το κόστος δεν αποτελεί καθοριστικό παράγοντα με μόλις έναν στους τρεις να το αναφέρει ως κριτήριο. Η online εκπαίδευση είναι ιδιαίτερα δημοφιλής (46%), ενώ για το 20% ο τρόπος διεξαγωγής δεν παίζει καθοριστικό ρόλο· σε θεματικές με πρακτικό χαρακτήρα διατηρείται η προτίμηση στη δια ζώσης συμμετοχή.

7.2. Εκπαιδευτικές ανάγκες του προσωπικού

Το 50% των συμμετεχόντων διαπιστώνει ανάγκη εκπαίδευσης σε soft skills, το 44% σε hard skills και το 4% και στις δύο κατηγορίες. Οι δημοφιλέστερες θεματικές εκπαίδευσης, όπως καταγράφηκαν στην έρευνα, παρουσιάζονται στον Πίνακα 7.2.

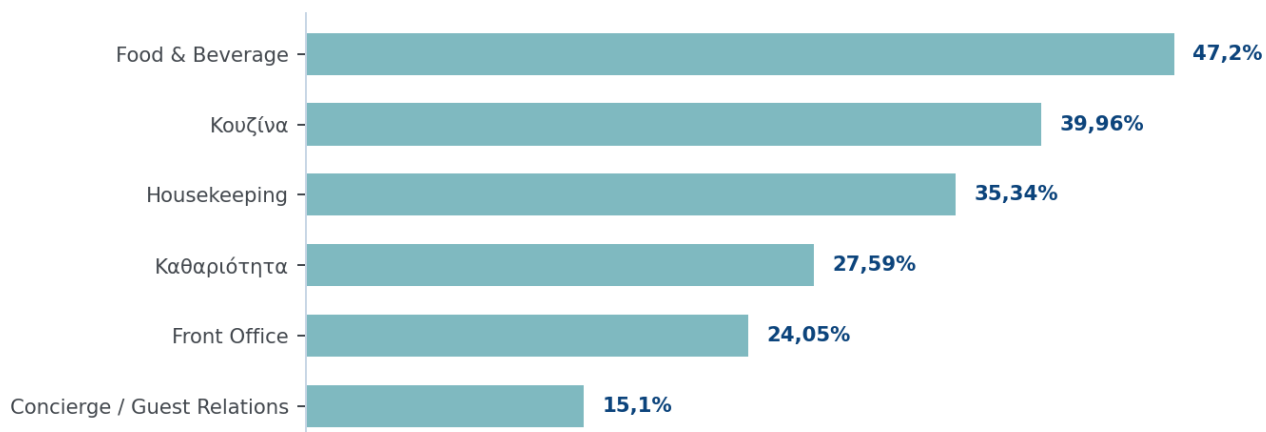
Πίνακας 7.2. Εκπαιδευτικές ανάγκες προσωπικού – δημοφιλέστερες θεματικές

Λειτουργικές / τεχνικές θεματικές	Οριζόντιες θεματικές
Διαχείριση παραπόνων	Οινολογία - Οινογνωσία
Mise en Place	Social Media
Λογισμικό POS	Marketing / Digital Marketing
Upselling	Τεχνικές επικοινωνίας
Πρωτόκολλο καθαριότητας	Επίλυση προβλημάτων
HACCP	Σύγχρονες τεχνικές μαγειρικής
Προγράμματα κρατήσεων υποδοχής	Housekeeping: οργάνωση & κατανομή χρόνου

7.3. Δυσκολία εύρεσης προσωπικού

Το 41,2% των συμμετεχόντων αντιμετώπισε μεγάλα προβλήματα στην εύρεση προσωπικού την τρέχουσα περίοδο. Η δυσκολία εντοπίζεται κυρίως στα στελέχη πρώτης γραμμής (57,7%) και στους υπευθύνους τμημάτων (30,1%), ενώ το 29,2% τη διαπιστώνει στο σύνολο των θέσεων. Σε επίπεδο τμημάτων, πρώτη προτεραιότητα στελέχωσης αναδεικνύεται το Food & Beverage (47,2%), ακολουθούμενο από την Κουζίνα (39,96%) και το Housekeeping (35,34%) – Γράφημα 7.1. Καταγράφηκε επίσης ζήτηση για νέες ειδικότητες όπως chartering (3,8%) και travel designer (2,86%).

Γράφημα 7.3. Τμήματα με τη μεγαλύτερη ανάγκη στελέχωσης



Τμήματα με τη μεγαλύτερη ανάγκη στελέχωσης (πολλαπλές επιλογές)

7.4. Αιτίες αδυναμίας προσέλκυσης εργαζομένων

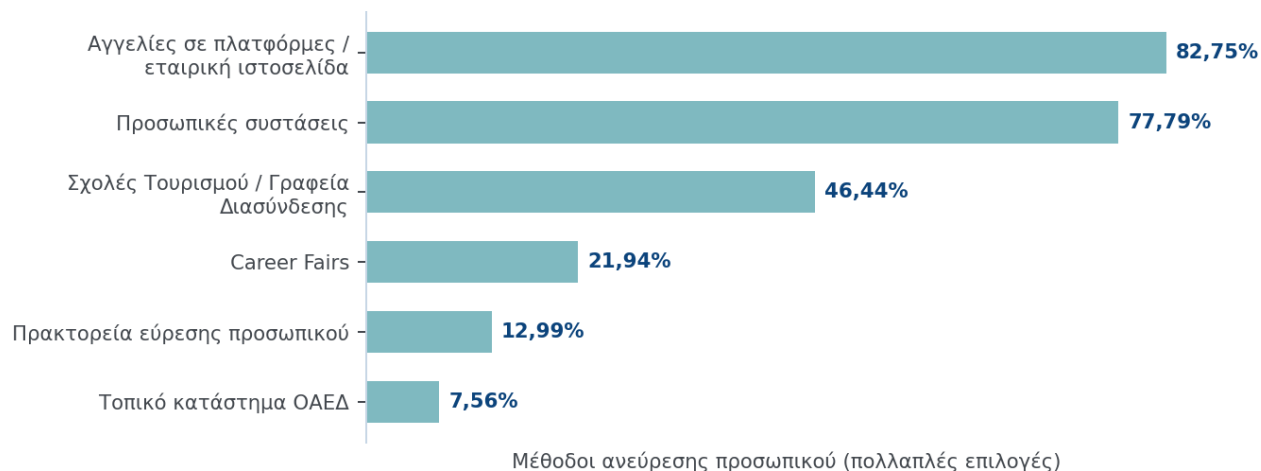
Μέσω ερώτησης ανοικτού τύπου, οι συμμετέχοντες κατέγραψαν τα αίτια της περιορισμένης προσφοράς κατάλληλου προσωπικού:

- Σκληρές συνθήκες εργασίας σε συνάρτηση με περιορισμένες παροχές
- Κουλτούρα επιχειρήσεων – λογική «ουδείς αναντικατάστατος», έμφαση στο κόστος αντί της επένδυσης
- Περιορισμένες δεξιότητες των middle line managers (ηγεσία, διαχείριση αλλαγής, επικοινωνία)
- Έλλειψη ξεκάθαρων κριτηρίων πρόσληψης και προαγωγής
- Μη επένδυση στην εκπαίδευση προσωπικού
- Εποχική φύση της απασχόλησης
- Έλλειψη οργάνωσης στο εσωτερικό των επιχειρήσεων
- Έλλειψη εξειδίκευσης
- Αντίληψη νέων εργαζομένων για υψηλές αποδοχές με περιορισμένη προσπάθεια
- Το «κύμα» της μεγάλης παραίτησης και η αναζήτηση εργασίας στο εξωτερικό
- Μη παροχή κινήτρων προς τους εργαζόμενους

7.5. Μέθοδοι εύρεσης προσωπικού

Δημοφιλέστερη μέθοδος ανεύρεσης προσωπικού αναδεικνύονται οι αγγελίες σε πλατφόρμες εύρεσης εργασίας ή στην εταιρική ιστοσελίδα (82,75%), ακολουθούμενες από τις προσωπικές συστάσεις (77,79%) και τις σχολές τουρισμού/γραφεία διασύνδεσης (46,44%). Τα career fairs (21,94%), τα πρακτορεία (12,99%) και ο ΟΑΕΔ (7,56%) συγκεντρώνουν μικρότερα ποσοστά (Γράφημα 7.5.).

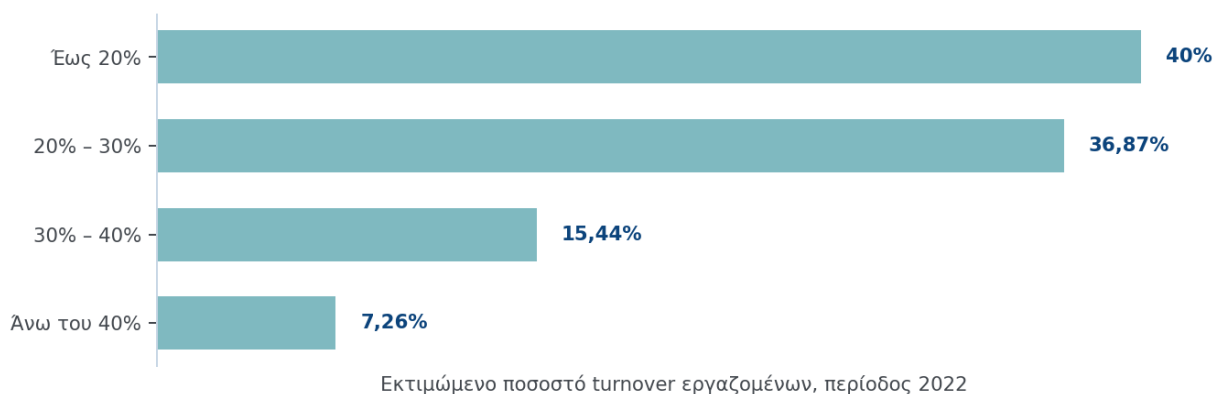
Γράφημα 7.5. Μέθοδοι ανεύρεσης προσωπικού



7.6. Turnover εργαζομένων

Για την τουριστική περίοδο 2022, το ποσοστό εναλλαγής προσωπικού (turnover) εκτιμάται από την πλειοψηφία κάτω του 20%: το 40% των συμμετεχόντων το τοποθετεί έως 20%, το 36,87% μεταξύ 20-30%, το 15,44% μεταξύ 30-40% και μόλις το 7,26% άνω του 40% (Γράφημα 7.6.). Βασικά αίτια αναδεικνύονται οι οικειοθελείς αποχωρήσεις λόγω δύσκολων συνθηκών εργασίας ή μειωμένων αμοιβών.

Γράφημα 7.6. Εκτιμώμενο ποσοστό turnover εργαζομένων



Επίλογος-Συμπεράσματα

Κατά την περίοδο 2021-2022 υλοποιήθηκαν 62 Online Executive Seminars σε 37 θεματολογίες μέσω της πλατφόρμας Zoom, με 1.005 αξιολογήσεις από 1.372 συμμετέχοντες (ποσοστό ανταπόκρισης 73,25%). Από την ανάλυση των στοιχείων προκύπτουν τα ακόλουθα συμπεράσματα.

Πρώτον, η ικανοποίηση των συμμετεχόντων διατηρείται σε υψηλά επίπεδα: η μέση συνολική αξιολόγηση διαμορφώθηκε στο 9,4/10 και οι εισηγητές αξιολογήθηκαν με 9,71/10 στις πέντε παραμέτρους της έρευνας.

Δεύτερον, καταγράφεται ουσιαστική εκπαιδευτική επίδραση: σαφής βελτίωση του δηλωθέντος επιπέδου γνώσεων μετά την παρακολούθηση και δυνατότητα εφαρμογής των γνώσεων στην εργασία στο 8,90/10. Η πιθανότητα σύστασης του INSETE σε φίλο ή συνεργάτη αξιολογήθηκε με 9,62/10 και του συγκεκριμένου σεμιναρίου με 9,53/10.

Τρίτον, ως προς τις μελλοντικές ανάγκες: ο τομέας της μαγειρικής-ζαχαροπλαστικής συγκέντρωσε το μεγαλύτερο ποσοστό των 1.451 απαντήσεων για μελλοντικά σεμινάρια, ενώ καταγράφηκε ζήτηση για επέκταση συγκεκριμένων σεμιναρίων και σαφής προτίμηση για συνέχιση της online υλοποίησης.

Τέταρτον, η πρώτη έρευνα Pre-Work (779 απαντήσεις) ανέδειξε τη δυσκολία στελέχωσης του κλάδου: το 41,2% αντιμετώπισε μεγάλα προβλήματα εύρεσης προσωπικού, κυρίως στην πρώτη γραμμή (57,7%) και στα τμήματα Food & Beverage (47,2%) και Κουζίνας (39,96%), με κύριες αιτίες τις συνθήκες εργασίας και την περιορισμένη επένδυση στην εκπαίδευση.

Συνολικά, τα στοιχεία της περιόδου τεκμηριώνουν την αποτελεσματικότητα του online μοντέλου και παρέχουν συγκεκριμένες κατευθύνσεις για τον σχεδιασμό της επόμενης περιόδου, με προτεραιότητα στις θεματικές υψηλής ζήτησης.

Παράρτημα. Θεματικές σεμιναρίων περιόδου 2021-2022

Τα 62 Online Executive Seminars που υλοποιήθηκαν και αξιολογήθηκαν την περίοδο 2021-2022, με τις ημερομηνίες διεξαγωγής τους.

- CUSTOMER CARE, the evolution of customer service 10-20/10/2021
- ONLINE SALES DISTRIBUTION, segmentation, profitability & booking acquisition 21-22/10/2021
- INTRODUCTION TO DIGITAL MARKETING, fundamentals, strategy & planning 25-27/10/2021
- F&B ESSENTIALS, the ultimate guide for an f&b server 25-27/10/2021
- SOCIAL MEDIA STRATEGY, content & performance 1-3/11/2021
- HOUSEKEEPING MANAGEMENT 1, operations & leadership 1-4/11/2021
- COUVERT & BRIOCHE, δημιουργικές ιδέες για ξενοδοχεία & εστιατόρια 4-5/11/2021
- WELLNESS & WELLBEING practices & opportunities 8-11/11/2021
- F&B COST CONTROL & SUSTAINABLE MANAGEMENT, plan, estimate, manage 8-10 & 19/11/2021
- EQUILIBRATION STRATEGY, embracing the new normal 11-12/11/2021
- THE ART OF COACHING, self, people & team 15-18/11/2021
- F&B MANAGEMENT, building a leadership culture 15-18/11/2021
- GLUTEN FREE DESSERTS, σύγχρονες τεχνικές 18-19/11/2021
- LOCAL GASTRONOMY AND TOURISM, indigenous experiences 22-24/11/2021
- COMPLAINT HANDLING, Basic Tool Kit 22-24/11/2021
- RESILIENCE & STRESS, Performing under pressure 25/11 & 9/12/2021
- GOOGLE ADS, search advertising & display network 29-30/11/2021
- MENU DESIGN & DEVELOPMENT, fundamentals of a holistic approach 1-3/12 & 17/12/2021
- FLAVOR EXTRACTION & NEUROGASTRONOMY, τρώγοντας με τις αισθήσεις 2-3/12/2021
- FLAVOR EXTRACTION & NEUROGASTRONOMY, τρώγοντας με τις αισθήσεις 19-20/01/2022
- ONLINE SALES DISTRIBUTION, segmentation, profitability & booking acquisition 20-21/01/2022
- BOOST YOUR REVENUE & NEGOTIATE, don't sell yourself short 24-26/01/2022
- EQUILIBRATION STRATEGY, embracing the new normal 27-28/01/2022
- MENU DESIGN & DEVELOPMENT, fundamentals of a holistic approach 31/1-02/02 & 11/02/2022
- INTRODUCTION TO DIGITAL MARKETING, fundamentals, strategy & planning 31/1-02/02/2022
- THE ART OF COACHING, self, people & team 7-10/02/2022
- F&B MANAGEMENT, building a leadership culture 7-10/02/2022
- HOUSEKEEPING MANAGEMENT 1, operations & leadership 14-17/02/2022
- SELECTION AND RECRUITMENT, turning a candidate into a loyal associate 14-17/02/2022
- LOCAL GASTRONOMY AND TOURISM, indigenous experiences 21-23/02/2022
- SOCIAL MEDIA STRATEGY, content & performance 21-23/02/2022
- RESILIENCE & STRESS, Performing under pressure 24-25/02/2022
- STRATEGY EXECUTION & MONITORING, performance & people management 01,04,08-11/03/2022
- EMPLOYEE MOTIVATION, embrace it & excel as a leader 01-03/03/2022
- COMPLAINT HANDLING, Basic Tool Kit 02-04/03/2022
- GROWTH MINDSET, boost your brain 08-10/03/2022
- GOOGLE ADS Basics, search advertising & display network 14-16/03/2022
- COMPLAINT HANDLING, leading edge 14-16/03/2022

- LESS SUGAR - LESS FAT DESSERTS, υγιεινή ζαχαροπλαστική 7-8/12/2021
- STRATEGY EXECUTION & MONITORING, performance & people management 2-3 & 9-10/12/2021
- EMPLOYEE MOTIVATION, embrace it & excel as a leader 6-8/12/2021
- SALES REDEFINED, trust communication loyalty 13-16/12/2021
- SELECTION AND RECRUITMENT, turning a candidate into a loyal associate 13-16/12/2021
- GROWTH MINDSET, boost your brain 20-22/12/2021
- DIGITAL MARKETING ANALYTICS & SEO MASTERCLASS, from beginner to advanced 20-21/12/2021
- TALENT MANAGEMENT, utilise the X power 10-11/01/2022
- HOUSEKEEPING MANAGEMENT 2, the next level 10-13/01/2022
- F&B COST CONTROL & SUSTAINABLE MANAGEMENT, plan, estimate, manage 12-14/01 & 21/01/2022
- COMPLAINT HANDLING, leading edge 17-19/01/2022
- HOTEL SUSTAINABILITY MANAGEMENT, planning and procedures 17-18/01/2022

- ΥΓΡΕΣ BYNES & ΠΡΟΖΥΜΙΑ, παραδοσιακές μέθοδοι & σύγχρονες τεχνικές 15-16/03/2022
- TALENT MANAGEMENT, utilise the X power 17-18/03/2022
- HOUSEKEEPING MANAGEMENT 2, the next level 21-24/03/2022
- 22-23/03/2022
- F&B ESSENTIALS, the ultimate guide for an f&b server 28-30/03/2022
- CUSTOMER CARE, the evolution of customer service 28-30/03/2022
- 29-30/03/2022
- RESERVATIONS REDEFINED, building engagement and trust 30-31/03 & 01/04/2022
- DIGITAL MARKETING ANALYTICS & SEO MASTERCLASS, from beginner to advanced 31/03-01/04/2022
- SKIPPERS' RESPONSIBILITIES, the value of effective skipper leadership on board 04-06/04/2022
- WELLNESS & WELLBEING practices & opportunities 04-07/04/2022
- ΣΥΓΧΡΟΝΑ ΓΛΥΚΑ-Ιδέες παρουσίασης για βιτρίνες ζαχαροπλαστικών 04-05/04/2022