

Ινστιτούτο
Συνδέσμου Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων

Εκπαιδευτικό Αποτύπωμα

Ετήσια Έκθεση
2023 - 2024

63

Σεμινάρια

922

Αξιολογήσεις

81%

Ανταπόκριση

9,41

Αξιολόγηση / 10

Ιούλιος 2024

insete.gr

INSETE

Περιεχόμενα

Executive Summary	4
1. INSETE Executive Seminars	6
1.1. Δημογραφικά στοιχεία	7
1.2. Προτιμήσεις στην εκπαίδευση και κατάρτιση	12
2. Αξιολογήσεις.....	14
2.1. Γενική αξιολόγηση σεμιναρίων	14
2.2. Γενική αξιολόγηση εισηγητών	16
2.3. Net Promoter Score	17
2.4. Επίπεδο γνώσεων.....	18
3. Προσέλκυση προσωπικού επιχειρήσεων φιλοξενίας.....	20
3.1. Η έλλειψη προσωπικού στις επιχειρήσεις φιλοξενίας	20
3.2. Επιδράσεις στη λειτουργία των επιχειρήσεων φιλοξενίας	22
3.3. Τρόποι προσέλκυσης προσωπικού	23
4. Δεξιότητες και σύγχρονες πρακτικές στις επιχειρήσεις φιλοξενίας.....	24
4.1. Πρακτικές βιωσιμότητας στις επιχειρήσεις.....	24
4.2. Πρακτικές D.E.I. στις επιχειρήσεις	25
4.3. Ψηφιακές δεξιότητες στους εργαζομένους.....	27
5. Οι τάσεις στην εκπαίδευση	29
5.1. Επιθυμητές κατηγορίες θεματικών για μελλοντικά σεμινάρια	29
5.2. Επιθυμητές δεξιότητες	30
Επίλογος - Συμπεράσματα	32

Διευκρινίσεις και ειδικοί όροι:

Η παρούσα μελέτη αξιολόγησης Executive Seminars 2023-2024 & 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

Η ετήσια έκθεση αξιολόγησης της 10ης δράσης (2023-2024) αποτυπώνει την ικανοποίηση των συμμετεχόντων από 63 Online Executive Seminars σε 60 θεματολογίες. Στην αξιολόγηση συμμετείχαν 922 από τα 1.138 άτομα (ποσοστό ανταπόκρισης 81%). Η μελέτη καλύπτει το προφίλ των συμμετεχόντων, τις προτιμήσεις εκπαίδευσης, την αξιολόγηση σεμιναρίων/υλικού/εισηγητών, το NPS, το επίπεδο και την εφαρμογή των γνώσεων.

63

Σεμινάρια

922

Αξιολογήσεις

81%

Ανταπόκριση

9,41

Αξιολόγηση / 10

Το προφίλ των συμμετεχόντων καλύπτει όλο το φάσμα του κλάδου: 57% άνδρες, 43% γυναίκες, με έναν στους δύο στην ηλικιακή ομάδα 30-44 ετών και έναν στους τέσσερις στην ομάδα 45-64. Η πλειοψηφία απασχολείται σε ξενοδοχεία, ισομοιρασμένη σε εποχική (50%) και ετήσια (50%) απασχόληση. Το 46,1% κατέχει θέση υπευθύνου τμήματος, το 34% είναι εργαζόμενοι πρώτης γραμμής και το 10,7% διευθυντές. Γεωγραφικά καταγράφεται εκπροσώπηση από όλες τις περιφέρειες — Αττική 27,3%, Κρήτη 25,8%, Δωδεκάνησα 14,4% — εικόνα που επαναλαμβάνεται και σε επίπεδο έδρας επιχείρησης, ενώ η πλειοψηφία εργάζεται σε επιχειρήσεις με περισσότερους από 50 εργαζόμενους.

Ως προς τις προτιμήσεις εκπαίδευσης, το 49% επιλέγει το online format, το 30% τη δια ζώσης και το 22% το υβριδικό μοντέλο, ενώ ένας στους τρεις παρακολουθεί τρία έως πέντε εκπαιδευτικά προγράμματα ετησίως.

Στην αξιολόγηση, ο μέσος όρος διαμορφώθηκε στο 9,41/10, με 8 στους 10 να βαθμολογούν με 9 ή 10. Οι εισηγητές έλαβαν την ανώτατη βαθμολογία (10/10) από 8 στους 10, το εκπαιδευτικό υλικό κρίθηκε άριστο από το 67%, και σχεδόν 9 στους 10 δηλώνουν εξαιρετικά πιθανό να συστήσουν τα σεμινάρια σε φίλο ή συνεργάτη. Το δηλωθέν επίπεδο γνώσεων εμφανίζει σημαντική αύξηση των αξιολογήσεων «Πολύ Καλό» μετά την παρακολούθηση.

Στην αγορά εργασίας, η έλλειψη προσωπικού εντοπίζεται συντριπτικά στα στελέχη πρώτης γραμμής (74%), με τα τμήματα ορόφων, F&B και κουζίνας να συγκεντρώνουν τις μεγαλύτερες ανάγκες. Κυρίαρχο αίτιο η μη ικανοποιητική αμοιβή (19,5%), ενώ το 89% αναφέρει επιπτώσεις στη λειτουργία της επιχείρησης. Στις ψηφιακές δεξιότητες, ένας στους πέντε επιθυμεί ενίσχυση στην ασφάλεια στο Διαδίκτυο, με αδυναμίες να εντοπίζονται ακόμη και στην ομάδα 30-45 ετών.

Ως προς τις μελλοντικές ανάγκες, στην κορυφή της ζήτησης βρίσκεται η διοίκηση και ηγεσία (22%), ακολουθούμενη από τη γαστρονομία (17%) και την προσωπική ανάπτυξη (15%)· στις δεξιότητες προηγείται η στρατηγική αντίληψη (14%). Τα ευρήματα αυτά αποτέλεσαν τη βάση σχεδιασμού του εκπαιδευτικού προγραμματισμού της επόμενης περιόδου (11η Δράση, 2024-2025).

Key Findings

- 9,41/10 μέση συνολική αξιολόγηση – 8 στους 10 βαθμολόγησαν με 9 ή 10.
- 8 στους 10 απέδωσαν στους εισηγητές την ανώτατη βαθμολογία (10/10).
- 67% αξιολόγησε το εκπαιδευτικό υλικό ως άριστο – σχεδόν 9 στους 10 θα σύστηναν τα σεμινάρια (NPS).
- 74% εντοπίζει την έλλειψη προσωπικού στην πρώτη γραμμή – 89% αναφέρει επιπτώσεις στη λειτουργία.
- 49% online, 22% υβριδικά: σταθερή προτίμηση σε ευέλικτα μοντέλα μάθησης.
- Πανελλαδική εκπροσώπηση: Αττική 27,3%, Κρήτη 25,8%, Δωδεκάνησα 14,4%.
- Κορυφαίες μελλοντικές θεματικές: διοίκηση & ηγεσία (22%), γαστρονομία (17%), προσωπική ανάπτυξη (15%).

1. INSETE Executive Seminars

Τα Executive Seminars του INSETE συνιστούν μια στοχευμένη εκπαιδευτική πρωτοβουλία, σχεδιασμένη για στελέχη και επαγγελματίες του τουρισμού. Σκοπός τους είναι η διαρκής ενίσχυση της γνώσης και η καλλιέργεια δεξιοτήτων που ανταποκρίνονται στις σύγχρονες προκλήσεις και στις μεταβαλλόμενες ανάγκες της τουριστικής αγοράς.

Το εκπαιδευτικό τους μοντέλο στηρίζεται στη λογική των μαθησιακών διαδρομών (learning pathways): κάθε συμμετέχων έχει τη δυνατότητα να χαράξει τη δική του, εξατομικευμένη πορεία μάθησης, επιλέγοντας ανάμεσα σε θεματικές ενότητες που καλλιεργούν 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, διασφαλίζοντας ότι το περιεχόμενο παραμένει επίκαιρο και απόλυτα ευθυγραμμισμένο με τις απαιτήσεις του κλάδου.

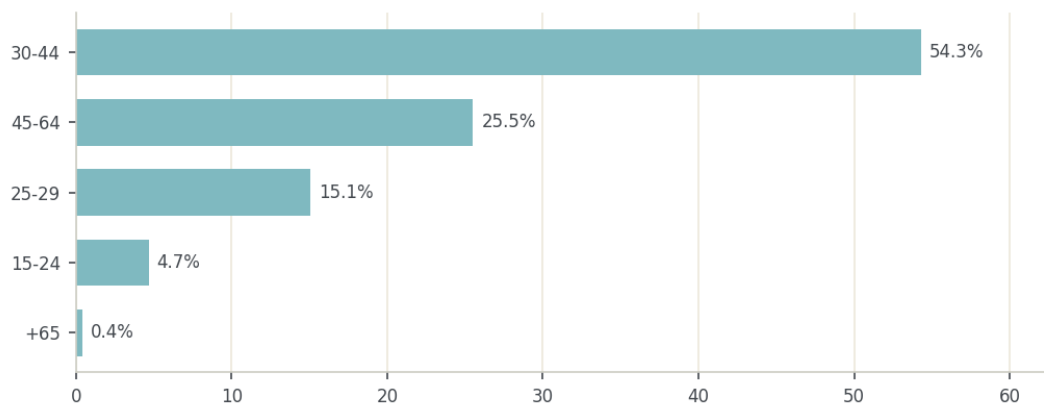
Την περίοδο 2023-2024, πραγματοποιήθηκαν 63 Executive Seminars οι οποίες κάλυψαν 60 θεματικές ενότητες σε καίρια πεδία επαγγελματικής ανάπτυξης. Το έντονο ενδιαφέρον του κλάδου αποτυπώνεται στις 2321 αιτήσεις που υποβλήθηκαν από τον Ιούνιο του 2023 έως τον Μάιο του 2024 και μεταφράστηκαν σε 1346 συμμετοχές επαγγελματιών. Την ποιότητα της δράσης επιβεβαιώνει, τέλος, και η ίδια η αξιολόγηση, με το ποσοστό ανταπόκρισης να αγγίζει το 81%.

1.1. Δημογραφικά στοιχεία

Την εκπαιδευτική περίοδο 2023-2024 πραγματοποιήθηκαν 63 σεμινάρια σε 60 θεματολογίες. Στην αξιολόγηση της ίδιας χρονικής περιόδου, συμμετείχαν 922 άτομα από τα 1138 που συνολικά παρακολούθησαν, με το ποσοστό ανταπόκρισης να φτάνει στο 81%.

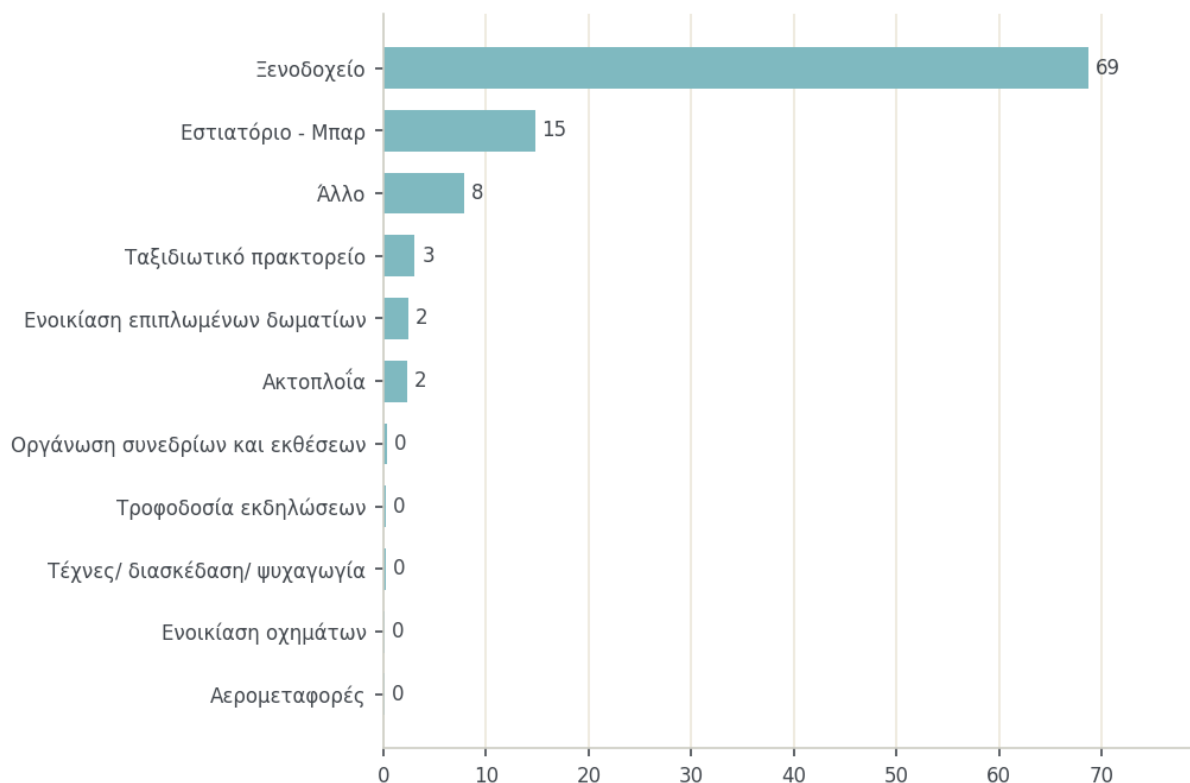
Το 57% των συμμετεχόντων, στα Executive Seminars είναι άνδρες και το 43% αυτών, γυναίκες. Ένας στους δύο συμμετέχοντες, είναι 30 έως 44 ετών και ένας στους τέσσερις από 45 έως 64. Σε μικρότερο ποσοστό όπως αποτυπώνεται στο Γράφημα 1.1. οι συμμετέχοντες είναι από 15 έως 29 ετών.

Γράφημα 1.1. Ηλικιακή Ομάδα συμμετεχόντων στα Executive Seminars



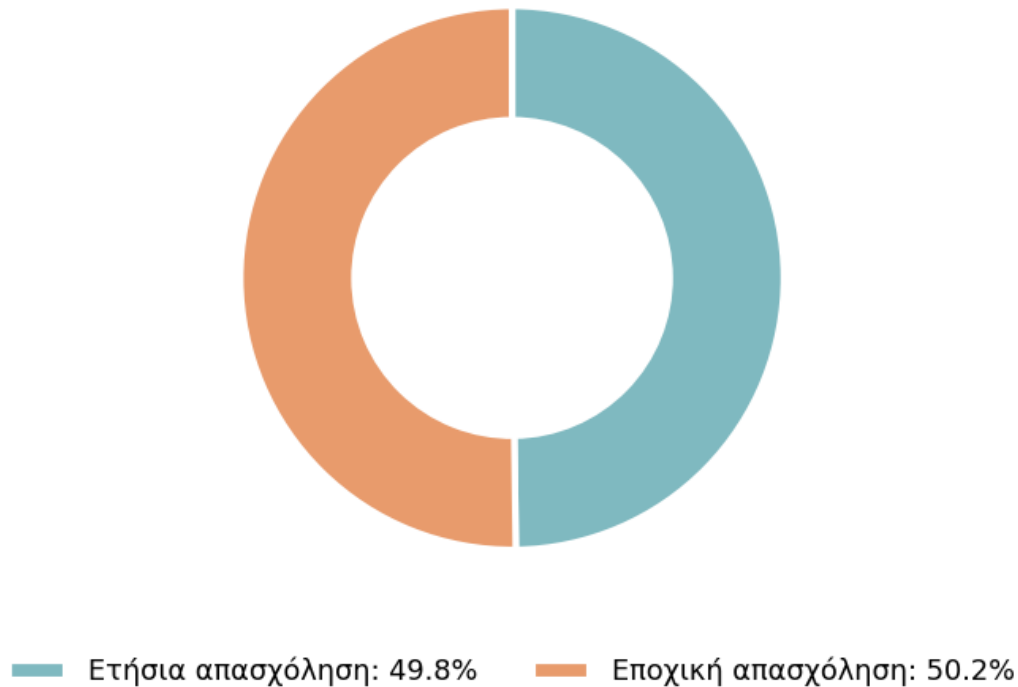
Η πλειοψηφία των συμμετεχόντων απασχολείται σε ξενοδοχεία ενώ οι υπόλοιποι διαμοιράζονται στους κλάδους της εστίασης, των ταξιδιωτικών πρακτορείων, των ενοικιαζόμενων δωματίων και της ακτοπλοΐας (Γράφημα 1.2).

Γράφημα 1.2. Κλάδος απασχόλησης συμμετεχόντων στα Executive Seminars



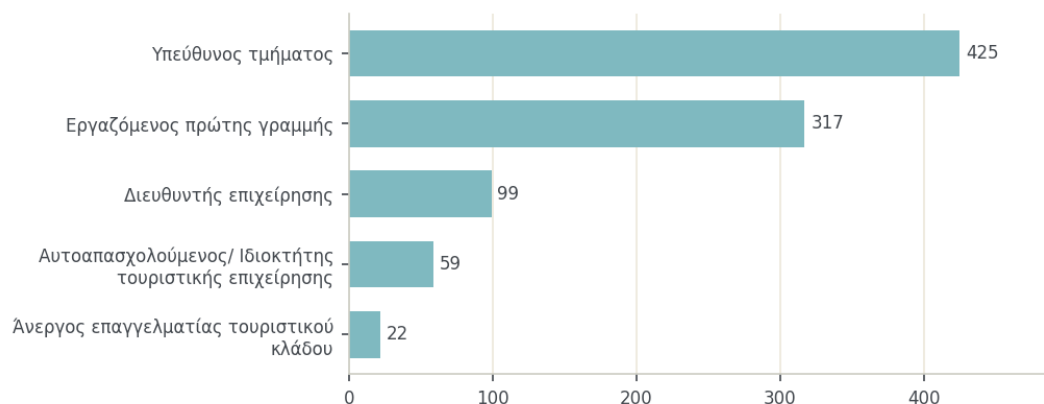
Σε σχέση με τη διάρκεια εργασίας των συμμετεχόντων στην έρευνα, για το 2023-2024, αυτοί μοιράζονται εξίσου σε εποχικούς (50%) και σε απασχολούμενους σε ετήσια βάση (50%) (Γράφημα 1.3.).

Γράφημα 1.3. Σχέση απασχόλησης



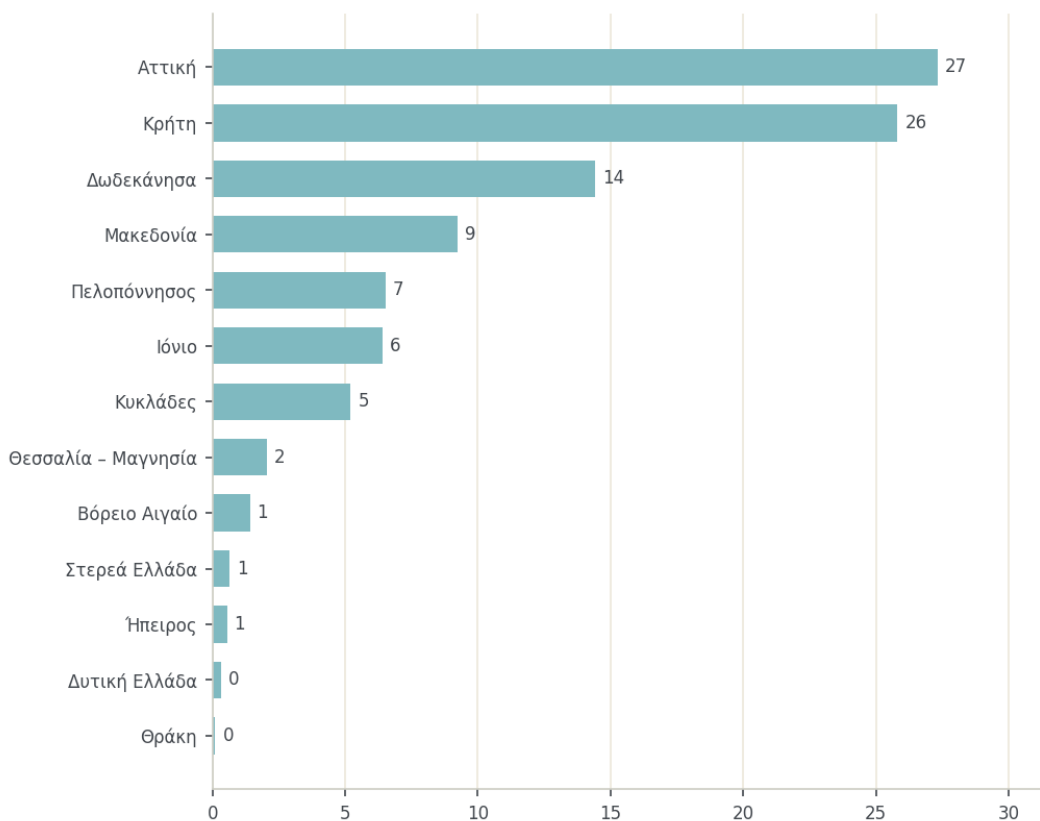
Οι περισσότεροι από τους συμμετέχοντες των Executive Seminars, κατέχουν θέση υπευθύνου τμήματος (46,09%). Ακολουθούν σε ποσοστό 34% οι εργαζόμενοι πρώτης γραμμής και οι διευθυντές επιχειρήσεων σε ποσοστό 10,7% (Γράφημα 1.4.).

Γράφημα 1.4. Επαγγελματική Ιδιότητα Συμμετεχόντων



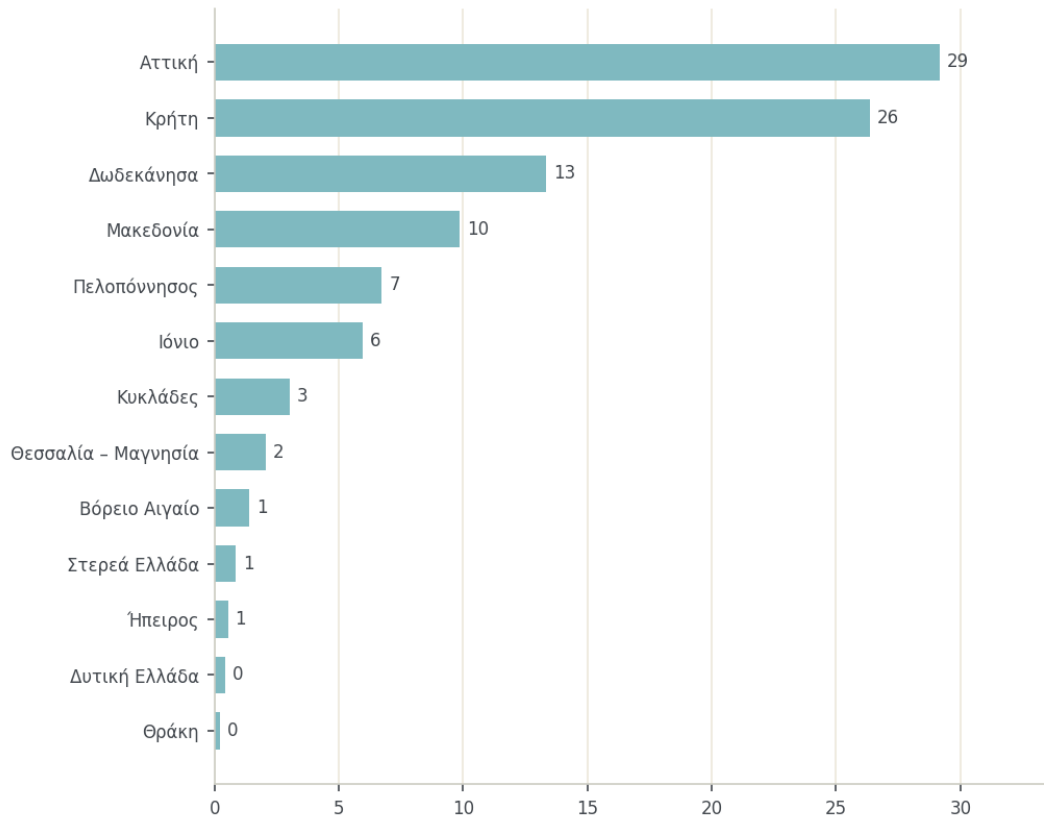
Σε σχέση με την περιοχή-μόνιμη κατοικία των συμμετεχόντων, η έρευνα έδειξε ότι υπάρχει εκπροσώπηση από όλες τις περιφέρειες της Ελλάδας με διαφορετική κατά περίπτωση δυναμική. Είναι απόλυτα κατανοητό ότι στην πρώτη θέση βρίσκεται η περιφέρεια της Αττικής (27,33%). Ακολουθούν η Κρήτη (25,8%), τα Δωδεκάνησα (14,4%), η Μακεδονία (9,2%), η Πελοπόννησος (6,5%) και οι Κυκλάδες (5,2%). Τέλος, μικρότερα του 3% ποσοστά σε επίπεδο μόνιμης κατοικίας συγκεντρώνουν οι συμμετέχοντες από περιοχές όπως είναι η Θεσσαλία, το Βόρειο Αιγαίο και η Στερεά Ελλάδα. (Γράφημα 1.5).

Γράφημα 1.5. Τόπος Μόνιμης Κατοικίας Συμμετεχόντων



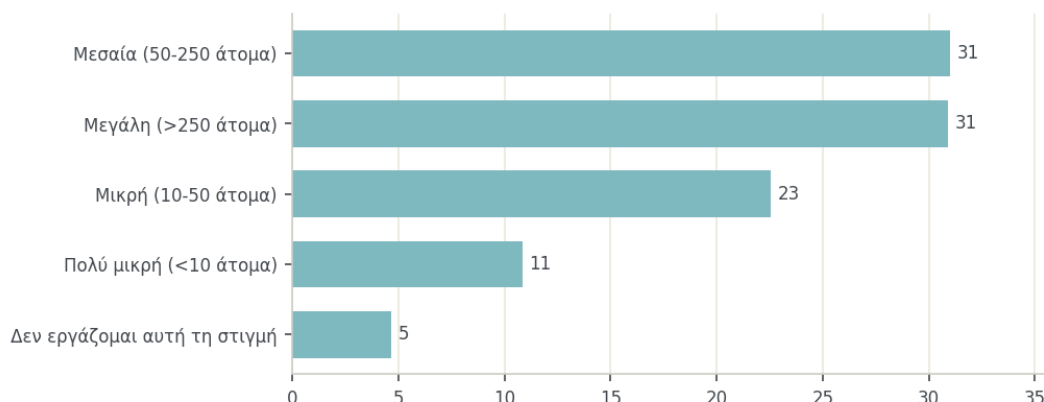
Όμοια είναι η εικόνα της γεωγραφικής εκπροσώπησης και σε επίπεδο επιχείρησης με την Αττική να βρίσκεται και πάλι στην πρώτη θέση με ποσοστό 29,2%. Η Κρήτη είναι δεύτερη στη σειρά με μικρή διαφορά (26,4%) από την Αττική και τρίτη είναι η περιφέρεια Δωδεκανήσων (13,3%). Αναλυτικά οι περιφέρειες και τα ποσοστά τους παρουσιάζονται στο Γράφημα 1.6.

Γράφημα 1.6. Έδρα Επιχείρησης



Εστιάζοντας περισσότερο στο προφίλ των επιχειρήσεων στις οποίες απασχολούνται κατά κανόνα οι συμμετέχοντες των Executive Seminars, η πλειοψηφία αυτών απασχολούν πάνω από 50 εργαζόμενους. Μόλις μία στις πέντε επιχειρήσεις απασχολεί από δέκα έως 50 εργαζόμενους και μια στις δέκα διαθέτει λιγότερο από δέκα μέλη ως προσωπικό. Τέλος αναδείχτηκε και ένα πολύ μικρό ποσοστό συμμετεχόντων που το διάστημα διεξαγωγής της έρευνας δεν εργαζόταν σε κάποια επιχείρηση. (Γράφημα 1.7.).

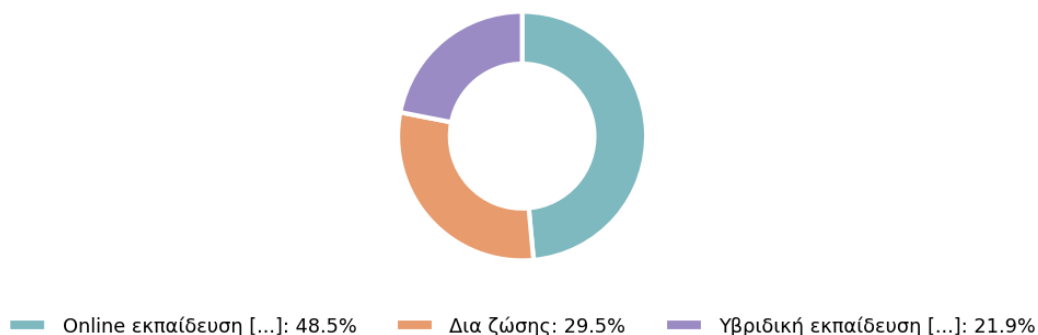
Γράφημα 1.7. Μέγεθος Επιχείρησης



1.2. Προτιμήσεις στην εκπαίδευση και κατάρτιση

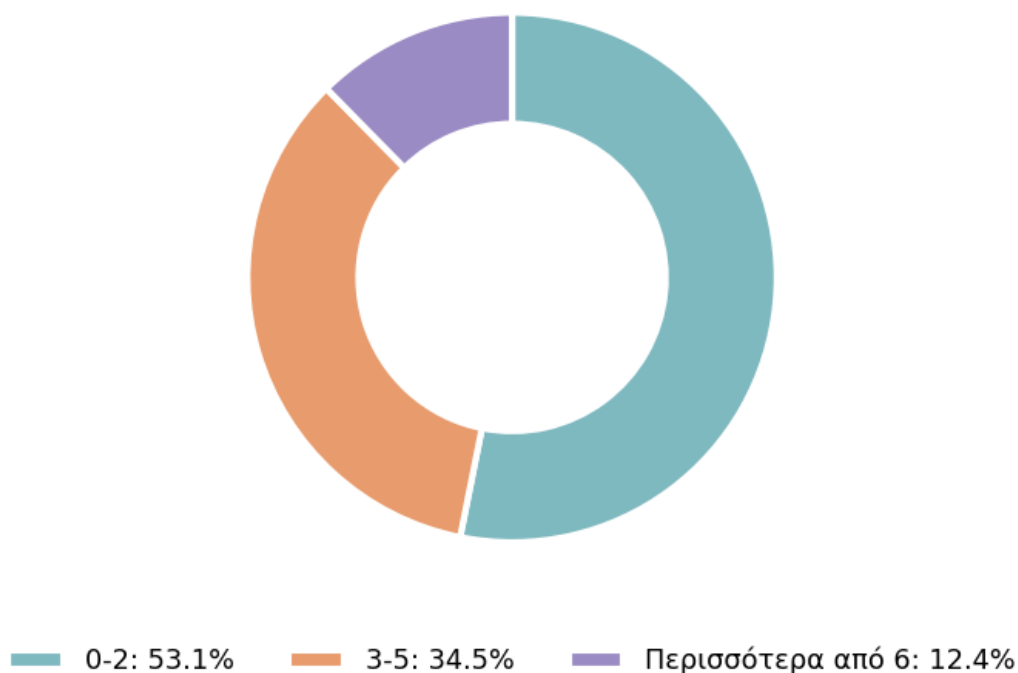
Ως προς τον τύπο εκπαίδευσης που οι συμμετέχοντες προτιμούν για την παρακολούθηση των εκπαιδευτικών σεμιναρίων, το 49% δηλώνει σαφή προτίμηση στο online format. Από την άλλη, το 30% προτιμά τη δια ζώσης εκπαίδευση και ένα συνδυασμό των δύο (υβριδικό μοντέλο), το 22% των ερωτηθέντων. (Γράφημα 1.2.1.).

Γράφημα 1.2.1. Τύπος προγράμματος εκπαίδευσης



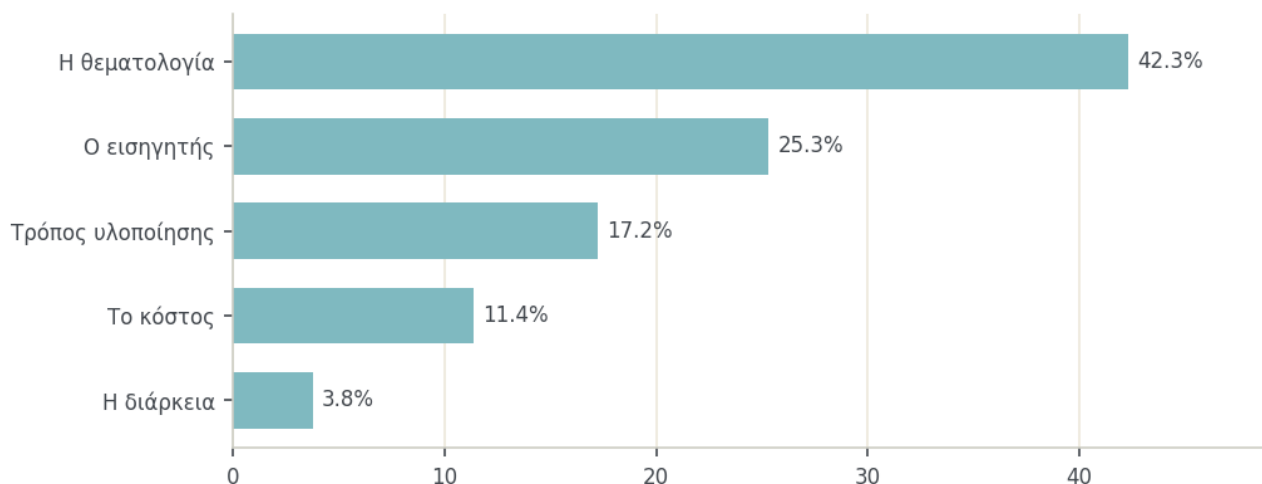
Επιπλέον σε ότι αφορά στη συχνότητα παρακολούθησης σεμιναρίων και εκπαιδευτικών προγραμμάτων, ένας στους δέκα συμμετέχοντες απαντά ότι παρακολουθεί περισσότερα από 6 σεμινάρια το χρόνο και ένας στους τρεις, από τρία έως πέντε εκπαιδευτικά προγράμματα ετησίως. Τέλος μόλις ένας στους δύο, απάντησαν ότι κάθε χρόνο παρακολουθούν από κανένα έως δύο σεμινάρια. (Γράφημα 1.2.2.).

Γράφημα 1.2.2. Συχνότητα παρακολούθησης εκπαιδευτικών προγραμμάτων



Για κάθε συμμετέχοντα, τα κριτήρια σύμφωνα με τα οποία επιλέγει ένα εκπαιδευτικό πρόγραμμα διαφέρουν. Ο εισηγητής, η θεματολογία, το κόστος, η διάρκεια και ο τρόπος υλοποίησης ενός εκπαιδευτικού προγράμματος (π.χ. Δια ζώσης, Online. κλπ) είναι βασικοί παράγοντες που επιδρούν στη διαδικασία λήψης της απόφασης. Για τους συμμετέχοντες των Executive Seminars, το βασικό κριτήριο που οι ίδιοι θέτουν για την επιλογή ενός εκπαιδευτικού προγράμματος, αναδεικνύεται πως είναι η θεματολογία. Ως δεύτερο βασικότερο, οι ίδιοι ερωτηθέντες αναφέρουν πως είναι ο εισηγητής (25%) και έπονται ο τρόπος διεξαγωγής του προγράμματος, το κόστος και η διάρκειά του. Αναλυτικά τα ποσοστά παρουσιάζονται στο Γράφημα 1.2.3.

Γράφημα 1.2.3. Κριτήρια επιλογής εκπαιδευτικού προγράμματος



2. Αξιολογήσεις

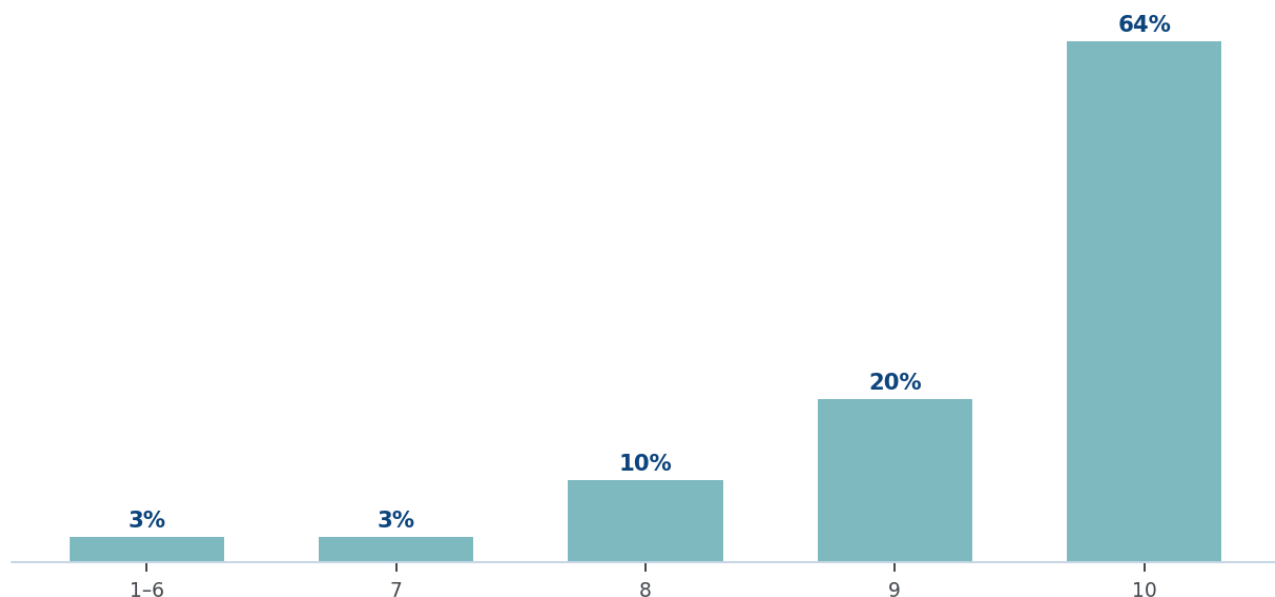
Η συστηματική αποτίμηση των εκπαιδευτικών δράσεων αποτελεί αναπόσπαστο τμήμα της λειτουργίας τους, καθώς επιτρέπει την τεκμηριωμένη παρακολούθηση της ποιότητας και τη συνεχή βελτίωση του προσφερόμενου έργου.

Στην ενότητα που ακολουθεί παρουσιάζονται τα βασικά ευρήματα από τις αξιολογήσεις των συμμετεχόντων, τόσο σε επίπεδο συνολικής ικανοποίησης από τα σεμινάρια όσο και ως προς επιμέρους διαστάσεις της εκπαιδευτικής εμπειρίας. Τα στοιχεία που ακολουθούν αντλούνται από την ετήσια έρευνα ικανοποίησης και σκιαγραφούν τον βαθμό στον οποίο τα Executive Seminars ανταποκρίθηκαν στις προσδοκίες του κοινού τους.

2.1. Γενική αξιολόγηση σεμιναρίων

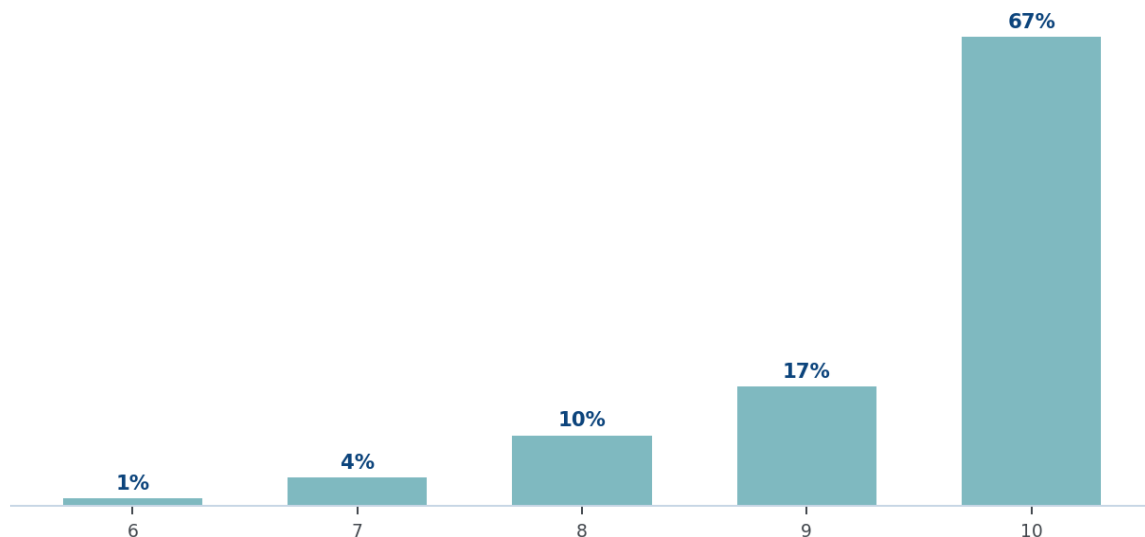
Η ικανοποίηση των συμμετεχόντων από τα προσφερόμενα Executive Seminars κινείται παραδοσιακά σε πολύ υψηλό ποσοστό όπως καταγράφεται στην έρευνα ικανοποίησης που υλοποιείται κάθε χρόνο. Για την εκπαιδευτική περίοδο 2023-2024, το 64% των ερωτηθέντων, αξιολόγησε με 10 το Executive Seminar συνολικά και το 20% αυτών με 9. Μόλις ένας στους δέκα συμμετέχοντες βαθμολόγησε με 8 το Executive Seminar, και το 3% με 7.

Γράφημα 2.1.1. Αξιολόγηση Σεμιναρίων



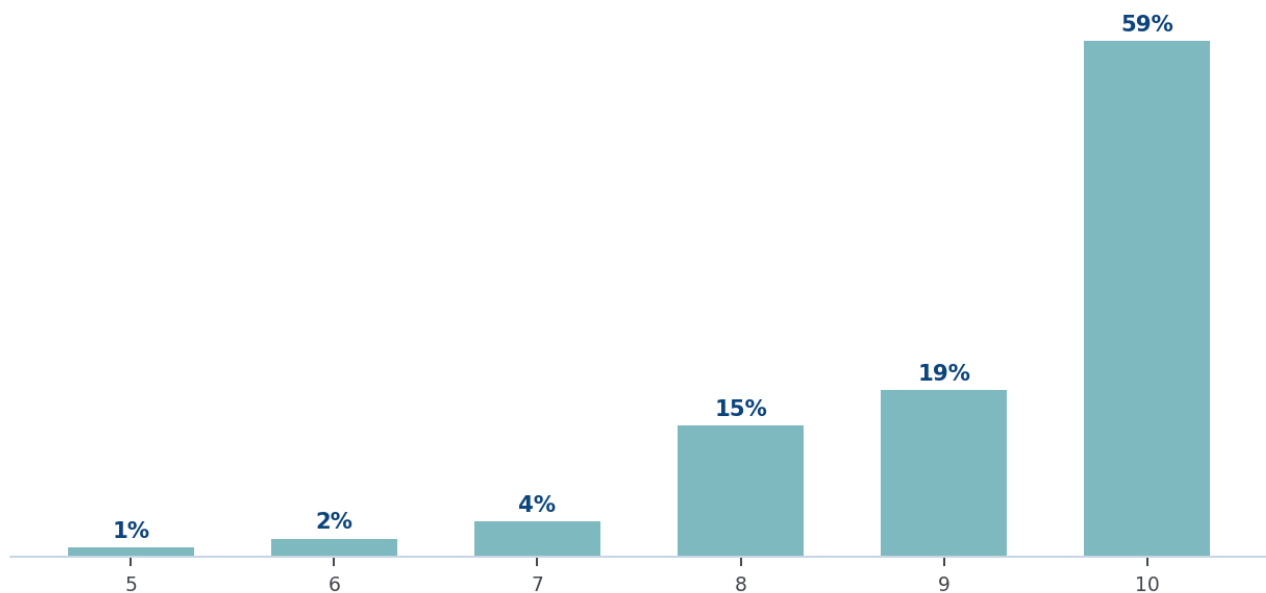
Όμοια ήταν η επίδοση και της ποιότητας του εκπαιδευτικού υλικού, με σχεδόν εφτά στους δέκα συμμετέχοντες να το αξιολογούν ως άριστο. Το 17% βαθμολόγησε την ποιότητά του με εννέα και το 10% με οκτώ (Γράφημα 2.1.2.).

Γράφημα 2.1.2. Αξιολόγηση Εκπαιδευτικού Υλικού



Μάλιστα, με τις απαντήσεις των συμμετεχόντων στην ερώτηση «Σε τι βαθμό το περιεχόμενο του σεμιναρίου, κάλυψε τις προσδοκίες σας;», επιβεβαιώνεται η ποιοτική διάσταση των προσφερόμενων Executive Seminars. Σχεδόν 3 στους 5 ερωτηθέντες απαντούν πως οι προσδοκίες τους καλύφθηκαν στο ακέραιο με το βαθμό 10 να εκφράζει την άποψή τους. 8 και 9 βαθμολόγησαν στην ίδια ερώτηση τα σεμινάρια, οι 3 στους 10 συμμετέχοντες. (Γράφημα 2.1.3.)

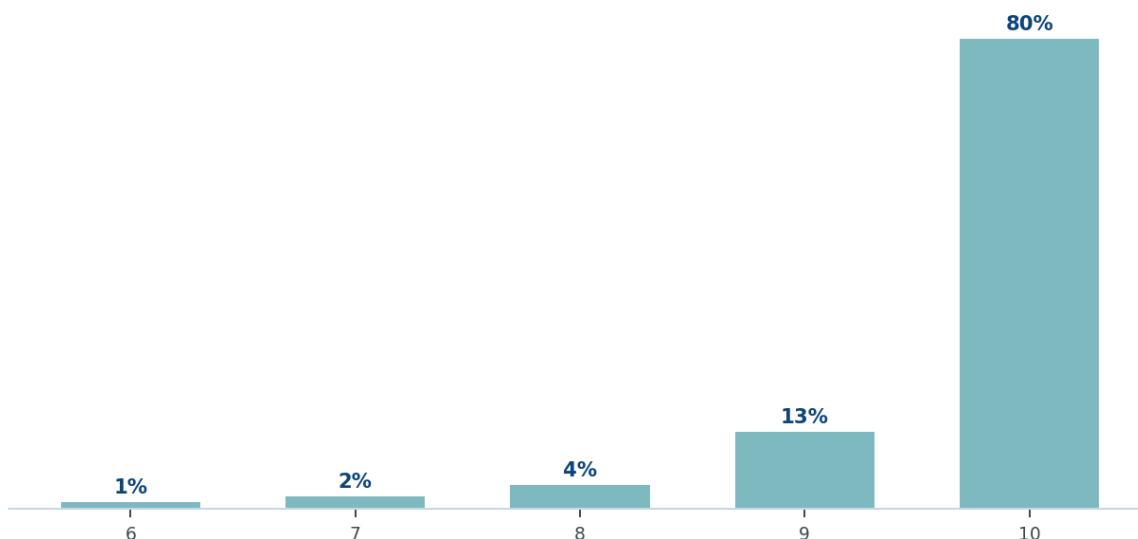
Γράφημα 2.1.3. Βαθμός κάλυψης προσδοκιών



2.2. Γενική αξιολόγηση εισηγητών

Σταθερά υψηλό θεωρείται το επίπεδο των εισηγητών, σύμφωνα με τις απαντήσεις των συμμετεχόντων. Σε σχετική ερώτηση, οκτώ στους δέκα συμμετέχοντες στην έρευνα, αξιολόγησαν τους εισηγητές με 10 (δηλαδή Άριστα). Οι υπόλοιποι στην πλειοψηφία τους ερωτηθέντες, βαθμολόγησαν τους εισηγητές με 9 και 8 (Γράφημα 2.2).

Γράφημα 2.2. Αξιολόγηση Εισηγητών

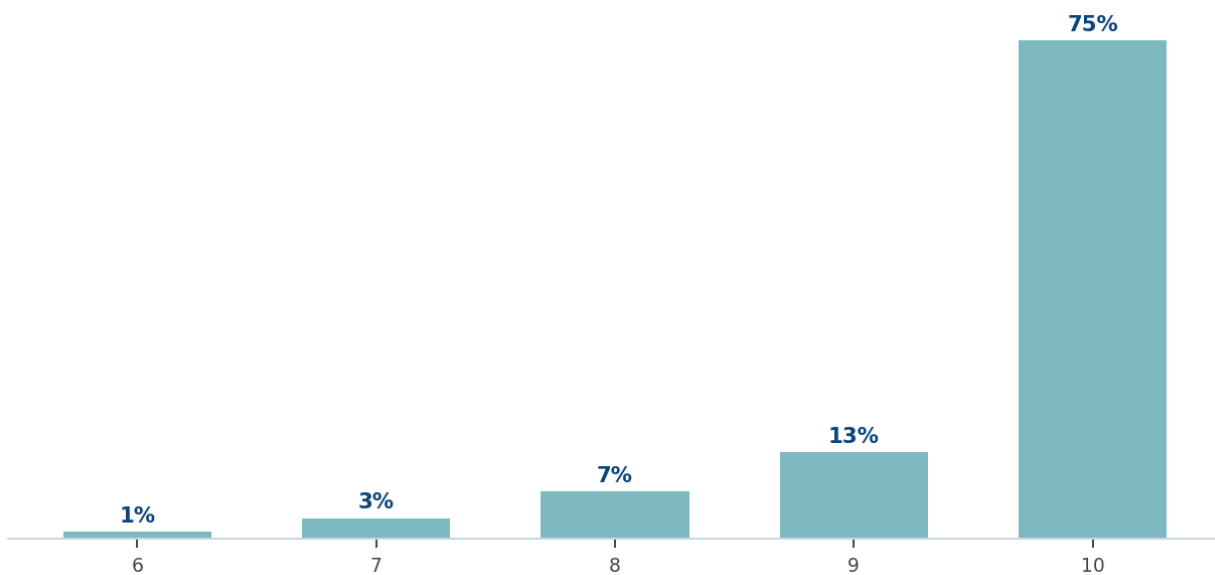


2.3. Net Promoter Score

Η ικανοποίηση των συμμετεχόντων από την ποιότητα των Executive Seminars αποτυπώνεται και σε άλλο σημείο του ερωτηματολογίου όπου καλούνται να εκφράσουν με ένα βαθμό από το 1 (Καθόλου πιθανό) έως το 10 (Εξαιρετικά πιθανό) την πιθανότητα σύστασης του INSETE σε φίλο ή συνεργάτη τους.

Το Net Promoter Score (NPS), χρησιμοποιήθηκε από την έρευνα για να αξιολογηθεί η σχέση που έχει αναπτυχθεί μεταξύ των συμμετεχόντων στα Executive Seminars και στο INSETE. Όπως φαίνεται και στο Γράφημα 2.3., σχεδόν 9 στους 10 (όσοι βαθμολόγησαν με 9 ή 10) συμμετέχοντες θεωρούν πως είναι εξαιρετικά πιθανό να συστήσουν σε φίλο ή συνεργάτη τους, ένα ή περισσότερα Executive Seminars με την υπογραφή του INSETE.

Γράφημα 2.3. Net Promoter Score

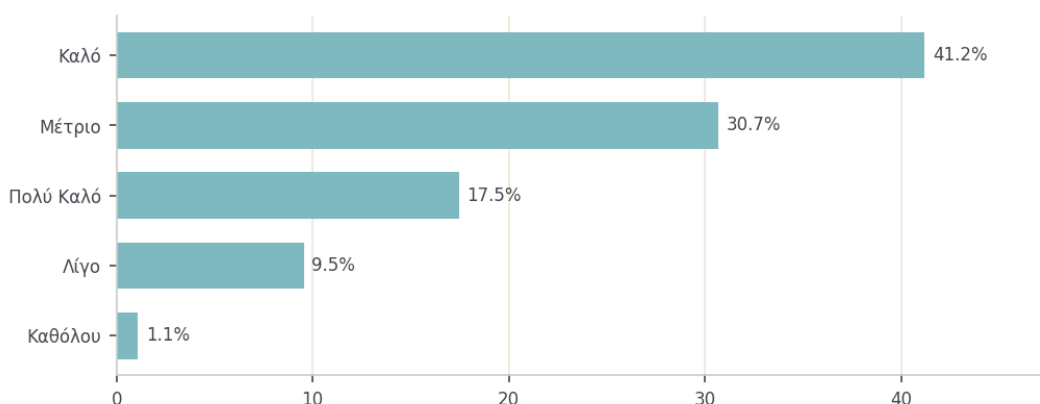


2.4. Επίπεδο γνώσεων

Οι συμμετέχοντες με τις απαντήσεις που παρέχουν στο πλαίσιο της έρευνας, δείχνουν πως αντιλαμβάνονται πλήρως τη γνώση που αποκομίζουν από την παρακολούθηση των Executive Seminars του INSETE. Επιπλέον κατανοούν ότι η γνώση που προσφέρεται στις διαφορετικές θεματικές, είναι εφαρμόσιμη στην εργασιακή τους καθημερινότητα και μάλιστα άμεσα.

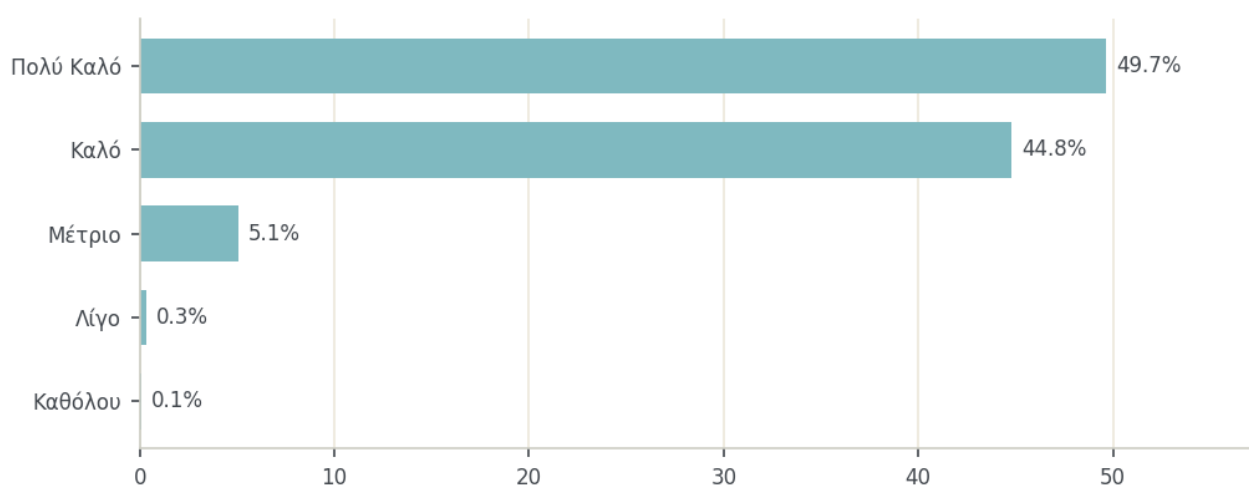
Αρχικά ζητήθηκε από τους συμμετέχοντες να αξιολογήσουν το επίπεδο των γνώσεών τους ΠΡΙΝ παρακολουθήσουν ένα Executive Seminar, επιλέγοντας από την ακόλουθη κλίμακα: Πολύ Καλό, Καλό, Μέτριο, Λίγο, Καθόλου. Οι απαντήσεις παρουσιάζονται στο Γράφημα 2.4.1.

Γράφημα 2.4.1. Επίπεδο Γνώσεων ΠΡΙΝ το Executive Seminar



Στη συνέχεια ζητήθηκε από τους ίδιους συμμετέχοντες να αξιολογήσουν τις γνώσεις τους στο ίδιο πεδίο αφού ολοκλήρωσαν την παρακολούθηση του Executive Seminar της επιλογής τους με τη βοήθεια της ίδιας κλίμακας. Τα αποτελέσματα παρουσιάζονται στο Γράφημα 2.4.2.

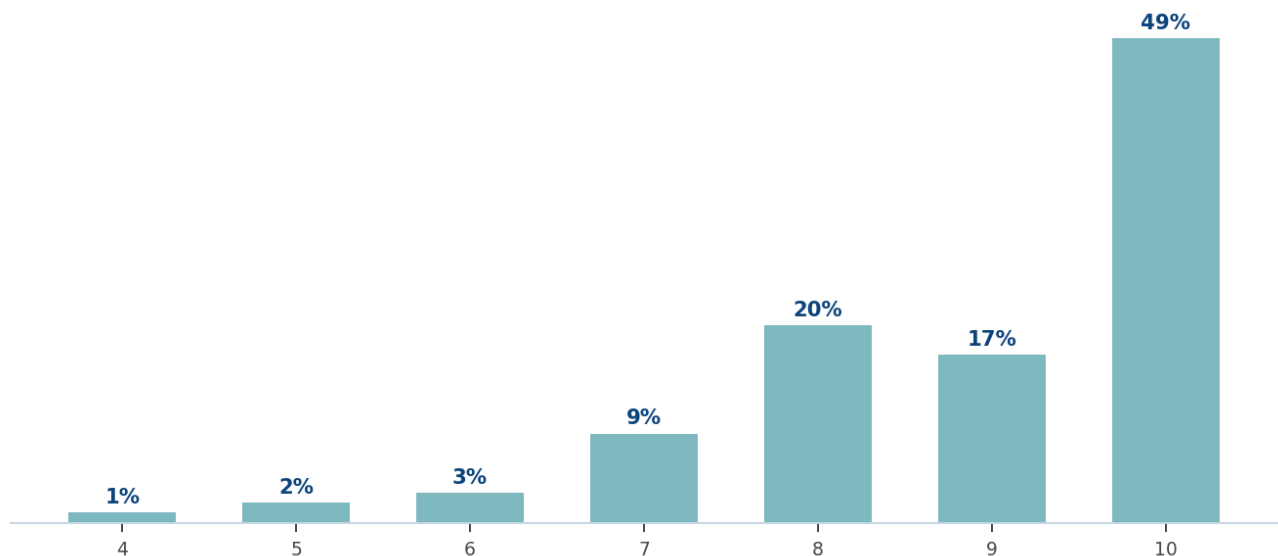
Γράφημα 2.4.2. Επίπεδο Γνώσεων ΜΕΤΑ το Executive Seminar



Όπως γίνεται εύκολα αντιληπτό συγκρίνοντας τα δύο γραφήματα, το 37% των συμμετεχόντων βελτιώνει ουσιαστικά τις γνώσεις του σε συγκεκριμένες θεματικές της επιλογής του. Ακόμη, εστιάζοντας στο πρώτο γράφημα (ΠΡΙΝ), το 42% των ερωτηθέντων παρουσιάζει με τις απαντήσεις του γνήσιο ενδιαφέρον για μάθηση και γνώση.

Ολοκληρώνοντας αυτή τη διάσταση της έρευνας, ζητήθηκε από τους συμμετέχοντες να αξιολογήσουν το βαθμό εφαρμογής της γνώσης που αποκόμισαν από το Executive Seminar της επιλογής τους δίνοντας το βαθμό 1 στο ενδεχόμενο καθόλου εφαρμόσιμης γνώσης και 10 για εξαιρετικά εφαρμόσιμες γνώσεις. Όπως φαίνεται στο γράφημα 2.4.3, ένας στους δύο συμμετέχοντες θεωρεί τις γνώσεις που αποκόμισε ως εξαιρετικά εφαρμόσιμες ενώ 4 στους δέκα τις αξιολογεί από μέτρια εφαρμόσιμες έως πολύ εφαρμόσιμες.

Γράφημα 2.4.3. Βαθμός εφαρμογής γνώσης



3. Προσέλκυση προσωπικού επιχειρήσεων φιλοξενίας

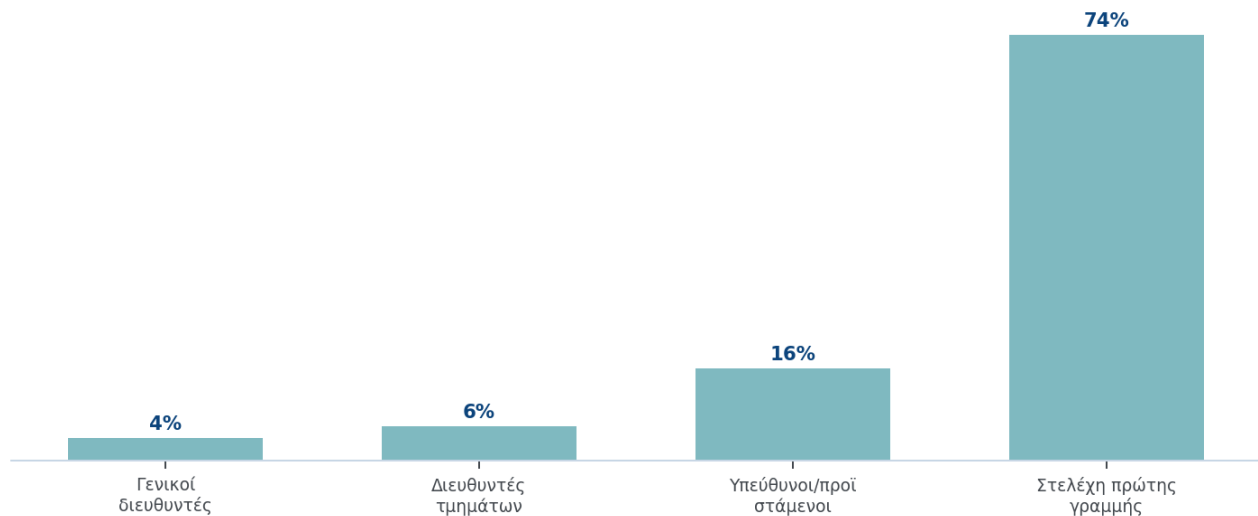
Πέρα από την αποτίμηση της εκπαιδευτικής εμπειρίας, η έρευνα επιχειρεί να αναδείξει και ζητήματα που απασχολούν διαρκώς τις επιχειρήσεις του κλάδου. Ένα από τα πλέον κρίσιμα αφορά τη στελέχωση, καθώς η εξεύρεση και η διατήρηση κατάλληλου ανθρώπινου δυναμικού επηρεάζει άμεσα τόσο την ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών όσο και τη βιωσιμότητα των επιχειρήσεων φιλοξενίας. Στην ενότητα που ακολουθεί καταγράφονται οι απόψεις των συμμετεχόντων σχετικά με την έκταση του προβλήματος, τις αιτίες του και τις επιπτώσεις του στην καθημερινή λειτουργία των επιχειρήσεων.

3.1. Η έλλειψη προσωπικού στις επιχειρήσεις φιλοξενίας

Αποτελεί διαχρονικό πλέον ζήτημα για το σύνολο των επιχειρήσεων του τομέα του τουρισμού, η αδυναμία προσέλκυσης προσωπικού που θα στελεχώσει Τα τελευταία χρόνια εκτενής είναι τα τμήματα των επιχειρήσεων. Για τους συμμετέχοντες στην έρευνα, το πρόβλημα είναι υπαρκτό με το έλλειμμα να είναι συντριπτικά πιο ορατό περισσότερο στα στελέχη της πρώτης γραμμής (Front Liners) σε ποσοστό 74%.

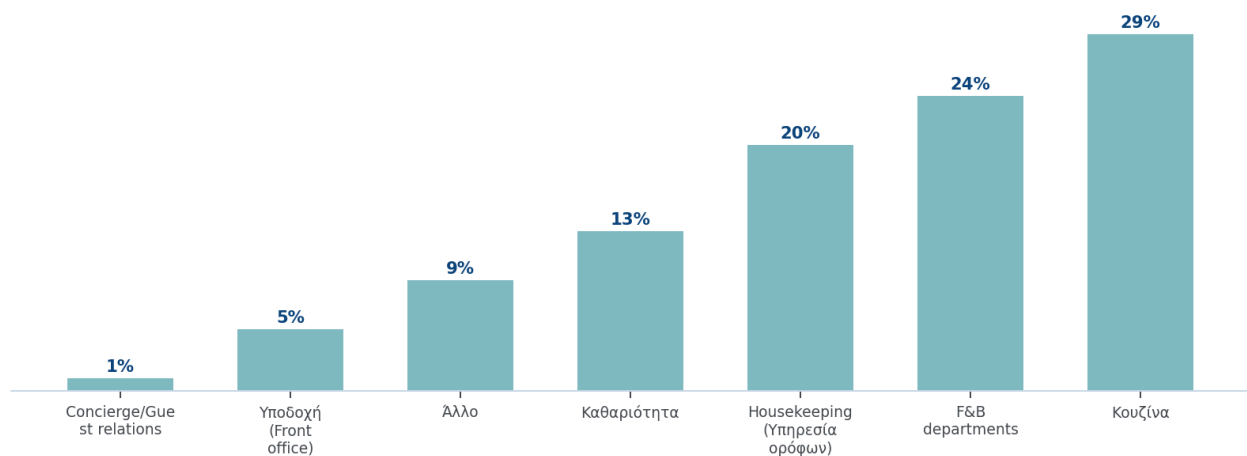
Ένα εξίσου σημαντικό ποσοστό (16,8%) διαπιστώνει έλλειψη προσωπικού σε θέσεις υπευθύνων και προϊσταμένων τμημάτων. Πολύ διαφορετική είναι η εικόνα στις θέσεις των γενικών διευθυντών και διευθυντών τμημάτων με 4 στους 100 και 6 στους 100 συμμετέχοντες αντίστοιχα να απαντούν ότι εντοπίζουν έλλειψη στις θέσεις αυτές (Γράφημα 3.1.1.).

Γράφημα 3.1.1. Έλλειψη προσωπικού σε θέσεις εργασίας



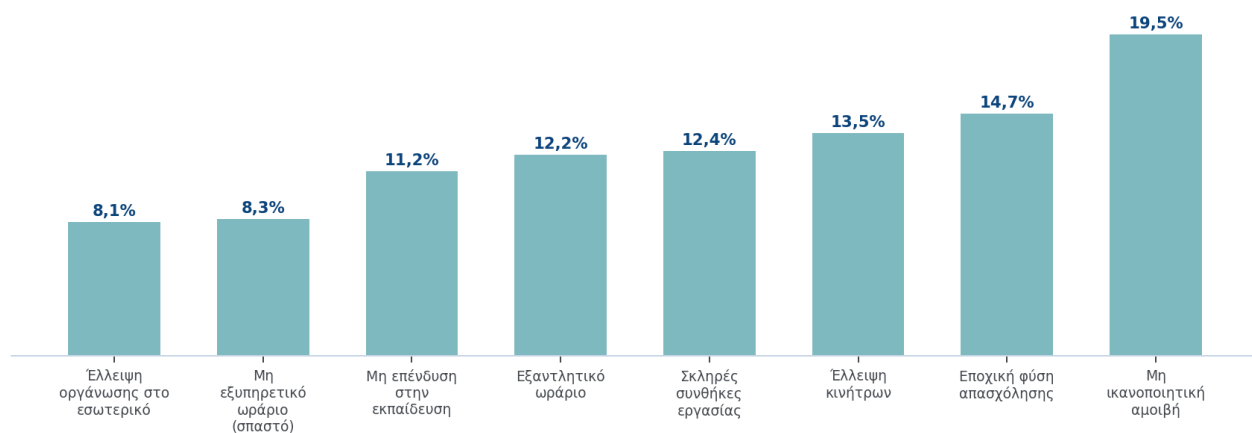
Επικεντρώνοντας την έρευνα στο ζήτημα της έλλειψης εργατικού δυναμικού, ζητήθηκε από τους συμμετέχοντες να υποδείξουν τα τμήματα εκείνα που εντοπίζεται το μεγαλύτερο πρόβλημα προσέλκυσης και πρόσληψης προσωπικού. Βάση των απαντήσεών τους, σε αρκετά τμήματα εντοπίζεται εξίσου σημαντική ανάγκη για προσωπικό. Σχεδόν ένας στους τέσσερις συμμετέχοντες, αναφέρει πως το τμήμα της υπηρεσίας ορόφων, το τμήμα του F&B και το τμήμα της κουζίνας, αναζητούν εναγωνίως προσωπικό. Αντίθετα, το τμήμα της υποδοχής δε δείχνει να παρουσιάζει ανάλογες ανάγκες με μόλις 5% των συνολικών απαντήσεων να το αναφέρουν.

Γράφημα 3.1.2. Τμήματα ξενοδοχείων με υψηλό ποσοστό έλλειψης προσωπικού



Ποια είναι όμως τα αίτια για την εξέλιξη αυτή η οποία επισημαίνεται ότι δεν αποτελεί «προνόμιο» της εγχώριας πραγματικότητας αλλά είναι μια παγιωμένη συνθήκη διεθνώς. Οι συμμετέχοντες ανέδειξαν ως κυρίαρχο αίτιο τη μη ικανοποιητική αμοιβή (19,5%) και ακολουθούν η εποχική απασχόληση, οι συνθήκες εργασίας αλλά και η έλλειψη παροχής κινήτρων (Γράφημα 3.1.3).

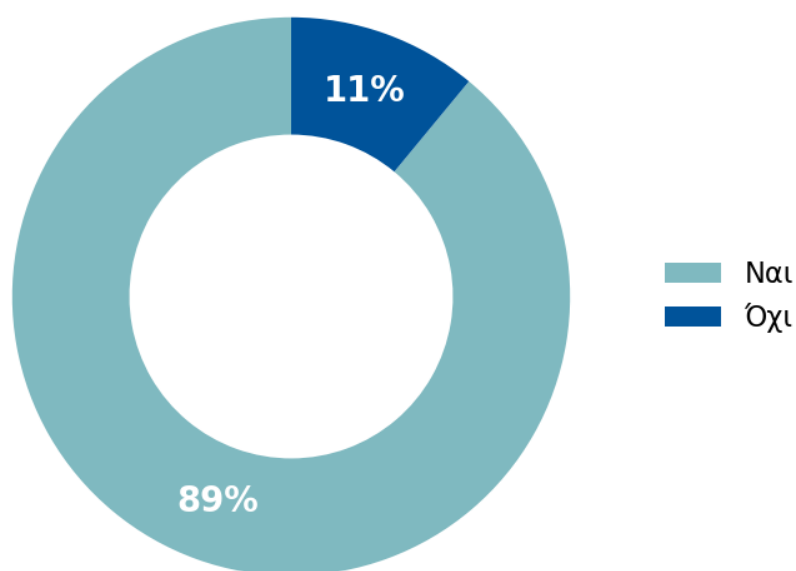
Γράφημα 3.1.3. Βασικοί λόγοι αδυναμίας προσέλκυσης προσωπικού



3.2. Επιδράσεις στη λειτουργία των επιχειρήσεων φιλοξενίας

Ως άμεση συνέπεια της υπάρχουσας έλλειψης, προκύπτει η δυσκολία στη λειτουργία των επιχειρήσεων ειδικά με δεδομένο ότι πρόκειται για παροχή υπηρεσιών από άνθρωπο σε άνθρωπο. Οι επιδράσεις στη λειτουργία των επιχειρήσεων του τομέα διαπιστώνονται από το σύνολο σχεδόν των συμμετεχόντων (89%) στην έρευνα απαντώντας καταφατικά σε σχετική ερώτηση (Γράφημα 3.2.1).

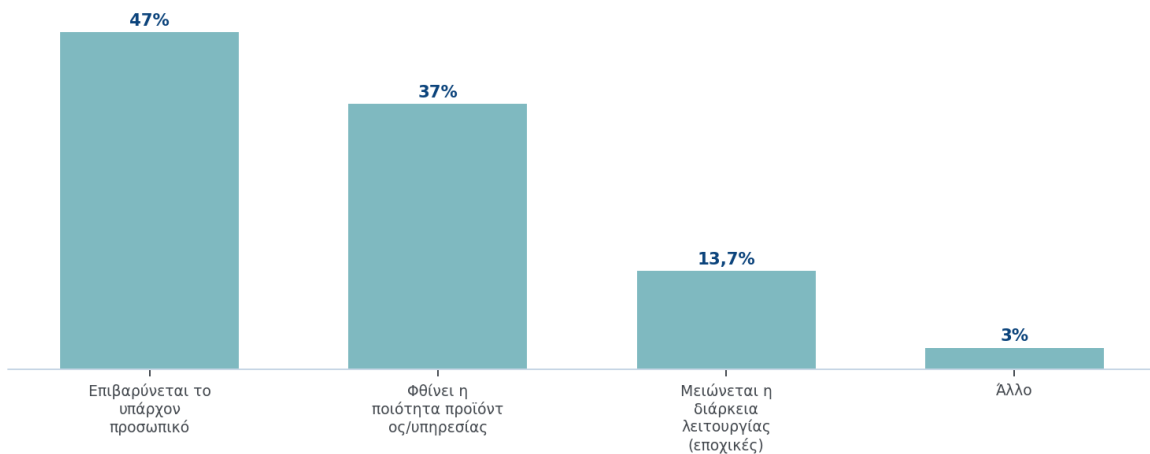
Γράφημα 3.2.1. Επιδράσεις στη λειτουργία των επιχειρήσεων



Από τους συμμετέχοντες εκείνους που απάντησαν θετικά στο προηγούμενο ερώτημα, ζητήθηκε να προσδιορίσουν τις επιδράσεις της έλλειψης εργατικού δυναμικού στις επιχειρήσεις φιλοξενίας με σαφή και συγκεκριμένο τρόπο.

Το 47% απαντά ότι επιβαρύνεται το υπάρχον προσωπικό και το 37% ότι φθίνει η ποιότητα του προϊόντος/υπηρεσίας. Στο Γράφημα 3.2.2. καταγράφονται αναλυτικά οι απαντήσεις των ερωτηθέντων σχετικά.

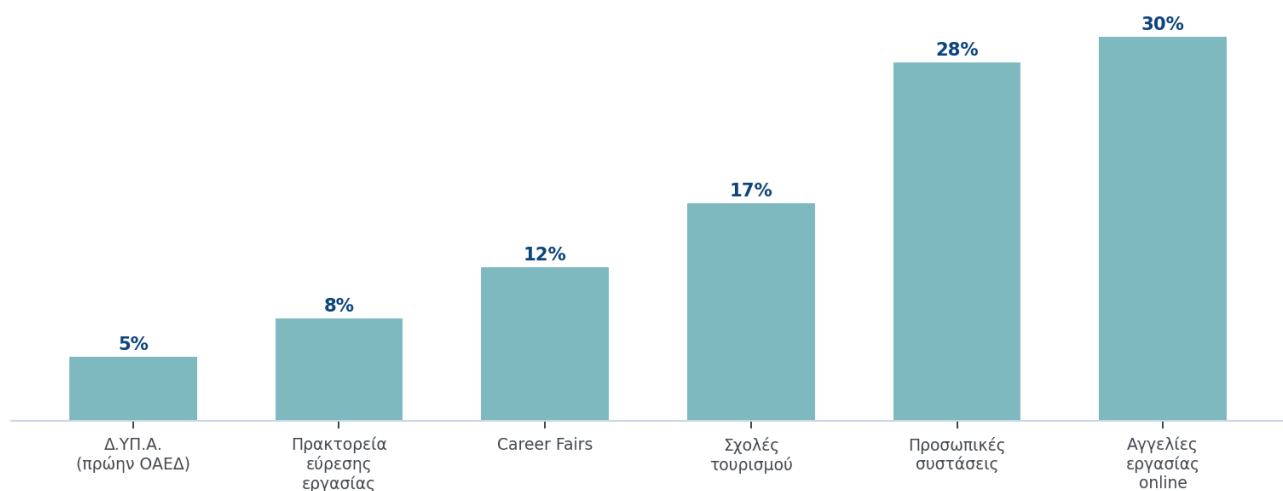
Γράφημα 3.2.2. Διαφορετικές επιδράσεις στη λειτουργία των επιχειρήσεων.



3.3. Τρόποι προσέλκυσης προσωπικού

Με ποιο τρόπο οι επιχειρήσεις επικοινωνούν τις διαθέσιμες θέσεις τους και ποιες είναι οι συνηθέστερες πηγές με υποψήφιους εργαζόμενους; Από την έρευνα προκύπτει πως τόσο οι αγγελίες εργασίας σε οποιοδήποτε online περιβάλλον και οι προσωπικές συστάσεις κυριαρχούν στις προτιμήσεις των υπευθύνων για την στελέχωση. Σε μικρότερο ποσοστό, αλλά με σχετική δυναμική οι σχολές τουρισμού και τα career fairs περιλαμβάνονται επίσης στις δημοφιλέστερες μεθόδους εύρεσης προσωπικού. (Γράφημα 3.3.).

Γράφημα 3.3. Μέθοδοι ανεύρεσης προσωπικού



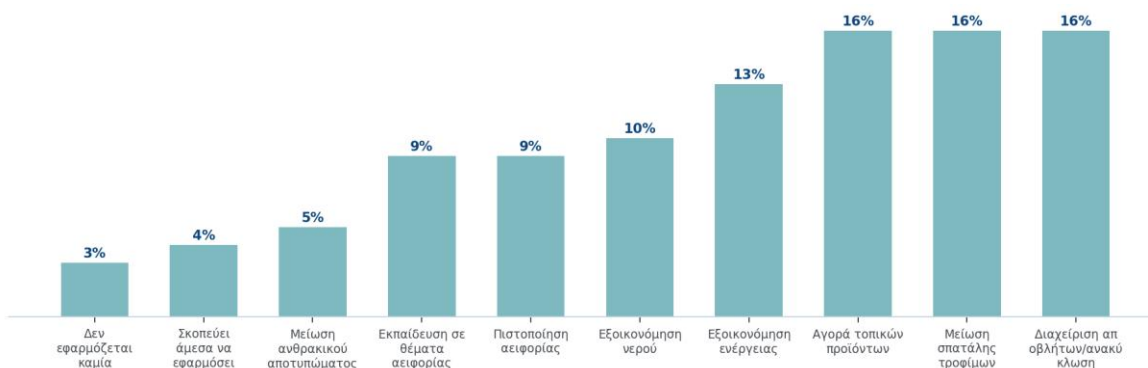
4. Δεξιότητες και σύγχρονες πρακτικές στις επιχειρήσεις φιλοξενίας

Μια διαφορετική πτυχή των εργαζομένων και των επιχειρήσεων αποπειράθηκε να διερευνήσει η παρούσα έρευνα. Οι πρακτικές που εφαρμόζουν οι επιχειρήσεις φιλοξενίας σε σχέση με σύγχρονα ζητήματα που απασχολούν το επιχειρηματικό περιβάλλον τέθηκαν στο επίκεντρο της έρευνας. Η βιωσιμότητα, το τρίπτυχο προσβασιμότητα-ισότητα-συμπερίληψη και ο βαθμός ψηφιακού γραμματισμού είναι οι πυλώνες της έρευνας στο σύγχρονο τομέα του τουρισμού. Με γνώμονα την σταδιακή επικράτηση των τάσεων αυτών, ζητήθηκε από τους συμμετέχοντες να καταγράψουν το βαθμό εφαρμογής πρακτικών βιωσιμότητας και D.E.I. στις επιχειρήσεις που απασχολούνται. Επιπλέον κλήθηκαν να δηλώσουν την επιθυμία τους να αποκτήσουν ή να βελτιώσουν συγκεκριμένες ψηφιακές δεξιότητες από συγκεκριμένη λίστα που τους δόθηκε.

4.1. Πρακτικές βιωσιμότητας στις επιχειρήσεις

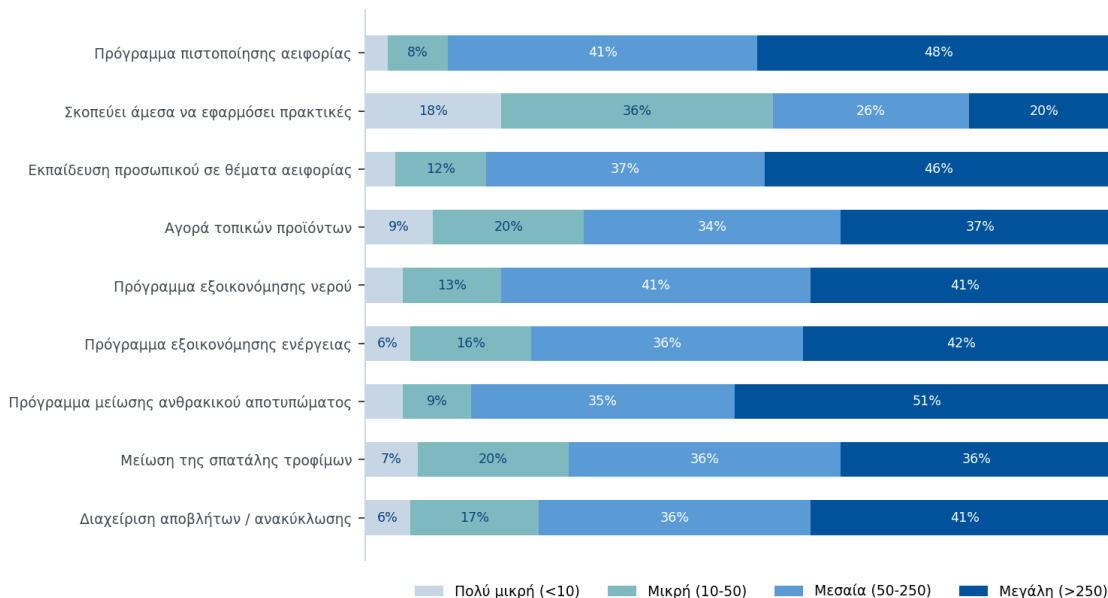
Η ερώτηση καλεί τους συμμετέχοντες να αναφέρουν εκείνες τις πρακτικές βιωσιμότητας που οι επιχειρήσεις στις οποίες απασχολούνται εφαρμόζουν όπως είναι η διαχείριση αποβλήτων, η εξοικονόμηση ενέργειας και η αγορά τοπικών προϊόντων. Επίσης στο ενδεχόμενο μη εφαρμογής πρακτικών, ζητήθηκε από τους ίδιους να το δηλώσουν. Σύμφωνα με τις απαντήσεις τους, μόνο το 3% δήλωσε πως η επιχείρησή τους δεν εφαρμόζει καμία πρακτική. Από την άλλη, σχεδόν 2 στους 10 απάντησαν ότι η επιχείρησή τους, διαχειρίζεται απόβλητα και πραγματοποιεί ανακύκλωση, μεριμνά για τη μείωση της σπατάλης τροφίμων και επιλέγει τοπικά προϊόντα στις προμήθειές της. Στα λιγότερο δημοφιλή είναι τα προγράμματα μείωσης ανθρακικού αποτυπώματος (5%) και πιστοποίησης αειφορίας (9%).

Γράφημα 4.1.1. Πρακτικές βιωσιμότητας σε επιχειρήσεις φιλοξενίας



Οι επιχειρήσεις που φαίνεται να πρωτοστατούν στον «αγώνα υπέρ της προστασίας του περιβάλλοντος» είναι σύμφωνα με την έρευνα εκείνες που απασχολούν περισσότερα από 250 άτομα. Ενθαρρυντικό είναι το γεγονός ότι και οι μεσαίες επιχειρήσεις εφαρμόζουν αντίστοιχα σε ικανοποιητικό βαθμό διάφορες πρακτικές βιωσιμότητας. Οι μικρότερες επιχειρήσεις βάση των απαντήσεων των συμμετεχόντων, δείχνουν σαφώς την πρόθεσή τους να κινηθούν προς αυτή την κατεύθυνση.

Γράφημα 4.1.2. Πρακτικές Βιωσιμότητας σε επιχειρήσεις φιλοξενίας



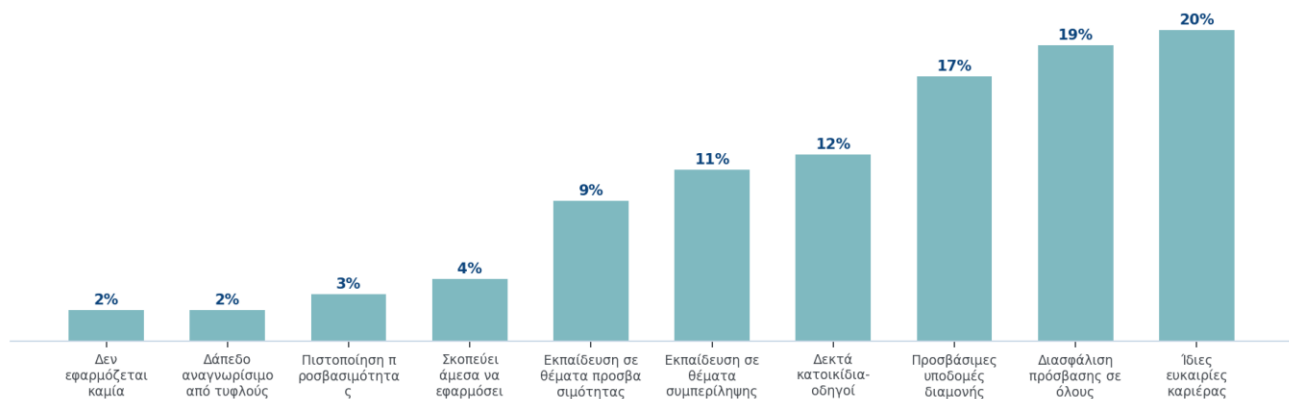
4.2. Πρακτικές D.E.I. στις επιχειρήσεις

Η έννοια του D.E.I. περιλαμβάνει την προσβασιμότητα, την ισότητα και τη συμπερίληψη. Οι συμμετέχοντες επέλεξαν από την ακόλουθη λίστα τις πρακτικές εκείνες που επιχειρήσεις τους ακολουθούν:

- Δάπεδο αναγνώριση από τυφλούς
- Πρόγραμμα πιστοποίησης προσβασιμότητας (όπως CPAAC, CPABE, WAS, CPWA, ADS)
- Εκπαίδευση και ευαισθητοποίηση προσωπικού σε θέματα συμπερίληψης
- Εκπαίδευση και ευαισθητοποίηση προσωπικού σε θέματα προσβασιμότητας
- Ύπαρξη προσβάσιμων υποδομών για χρήση, κατά τη διάρκεια παραμονής στην επιχείρηση (προσβάσιμα δωμάτια, προσβάσιμες τουαλέτες)
- Γίνονται δεκτά τα κατοικίδια οδηγία
- Διασφάλιση πρόσβασης στο χώρο της επιχείρησης, σε όλους, συμπεριλαμβανομένων των ατόμων με αναπηρία και μειωμένη κινητικότητα. (ράμπα, ασανσέρ)
- Ίδιες ευκαιρίες καριέρας ανεξαρτήτως φύλου, σεξουαλικού προσανατολισμού, θρησκείας ή κοινωνικής καταγωγής
- Στο ενδεχόμενο μη εφαρμογής κάποιας πρακτικής, οι συμμετέχοντες είχαν τη δυνατότητα να το επιλέξουν ως απάντηση.

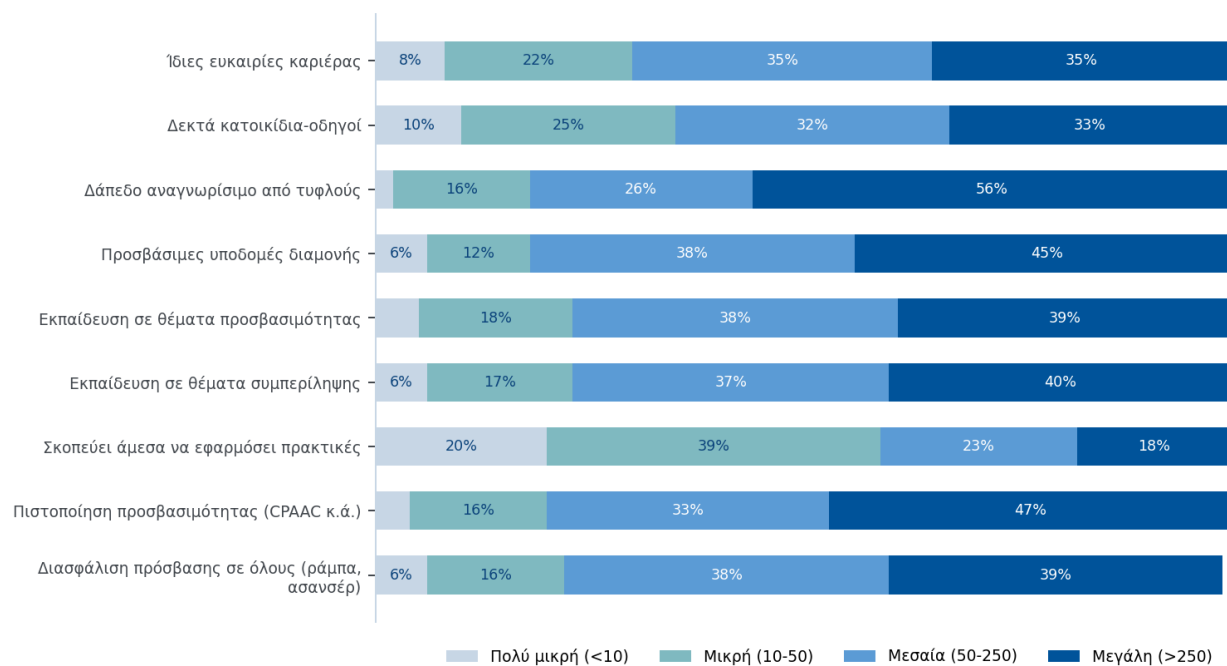
Όπως καταγράφηκαν οι απαντήσεις, διαπιστώνεται ότι οι επιχειρήσεις εστιάζουν κυρίως στην παροχή ίδιων ευκαιριών καριέρας (20%), στη διασφάλιση πρόσβασης στο χώρο της επιχείρησης σε όλους, συμπεριλαμβανομένων των ατόμων με αναπηρία και μειωμένη κινητικότητα. (ράμπα, ασανσέρ) (19%) και στην ύπαρξη προσβάσιμων υποδομών για χρήση, κατά τη διάρκεια παραμονής στην επιχείρηση (προσβάσιμα δωμάτια, προσβάσιμες τουαλέτες) (17%). Σε μικρότερα ποσοστά, εντοπίζονται οι δράσεις εκπαίδευσης και ευαισθητοποίησης προσωπικού σε θέματα συμπερίληψης και προσβασιμότητας (11-12%). Τέλος μόλις 2 στους 100 απάντησαν ότι η επιχείρησή τους δεν εφαρμόζει καμία από τις πρακτικές που αναφέρονται.

Γράφημα 4.2.1. Πρακτικές D.E.I. σε επιχειρήσεις φιλοξενίας



Σε ένα δεύτερο επίπεδο ανάλυσης, η έρευνα προσπάθησε να συσχετίσει το μέγεθος των επιχειρήσεων με τις πρακτικές DEI που ακολουθούν. Όπως αποτυπώνεται στο Γράφημα 5.2.1., η πλειοψηφία των επιχειρήσεων μεγάλου μεγέθους, εφαρμόζουν αρκετές από τις αναφερθείσες πρακτικές D.E.I. Από την άλλη, εντοπίζεται μια τάση των μικρών και ειδικά των μεσαίων επιχειρήσεων, να «ακολουθήσουν» τις μεγαλύτερες σε σχέση με την εφαρμογή πρακτικών συμπερίληψης.

Γράφημα 4.2.2. Πρακτικές D.E.I. σε επιχειρήσεις φιλοξενίας ανά μέγεθος



4.3. Ψηφιακές δεξιότητες στους εργαζομένους

Ο ψηφιακός γραμματισμός αποτελεί φλέγον θέμα συζήτησης στο σύγχρονο επιχειρηματικό περιβάλλον για κάθε βαθμίδα εργαζομένων και κλάδο εργασίας. Στις ψηφιακές δεξιότητες περιλαμβάνονται:

Χρήση Διαδικτύου (Περιήγηση στις διαφορετικές μηχανές αναζήτησης, αναζήτηση πληροφοριών)

Βασική χρήση ηλεκτρονικών υπολογιστών (Ενεργοποίηση/απενεργοποίηση συσκευής, βασική πλοήγηση στην επιφάνεια εργασίας)

Ηλεκτρονική Αλληλογραφία-Email (Δημιουργία και αποστολή e-mail, Ανάγνωση και οργάνωση e-mail)

Διαχείριση αρχείων (Δημιουργία, ονομασία, αποθήκευση, αντιγραφή αρχείων)

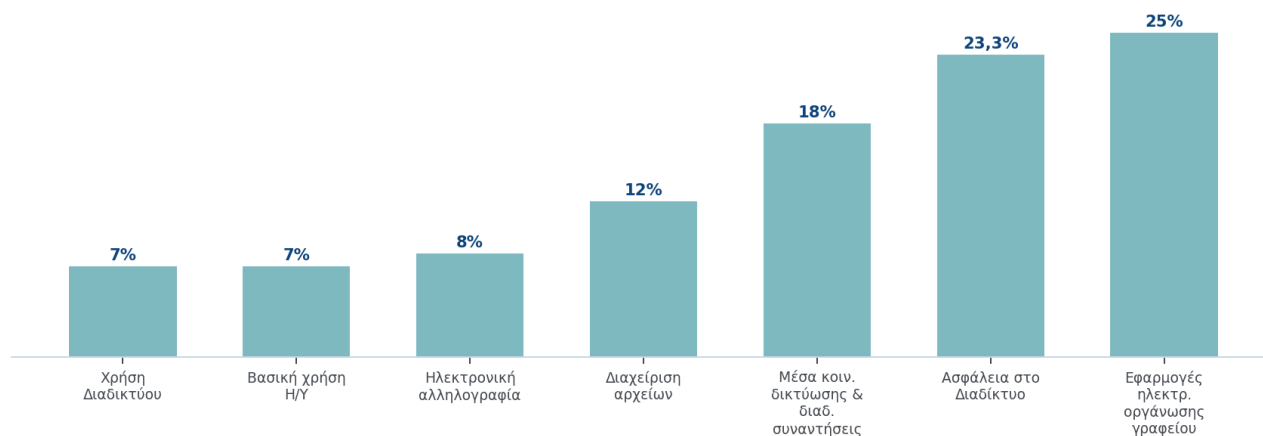
Χρήση μέσων κοινωνικής δικτύωσης και διαδικτυακών συναντήσεων

Ασφάλεια στο Διαδίκτυο (Πραγματοποίηση διαδικτυακών αγορών, απόπειρες εξαπάτησης μέσω mail, κά)

Χρήση εφαρμογών ηλεκτρονικής οργάνωσης γραφείου (Δημιουργία, Επεξεργασία και Μορφοποίηση κειμένου, Υπολογιστικά φύλλα, κά).

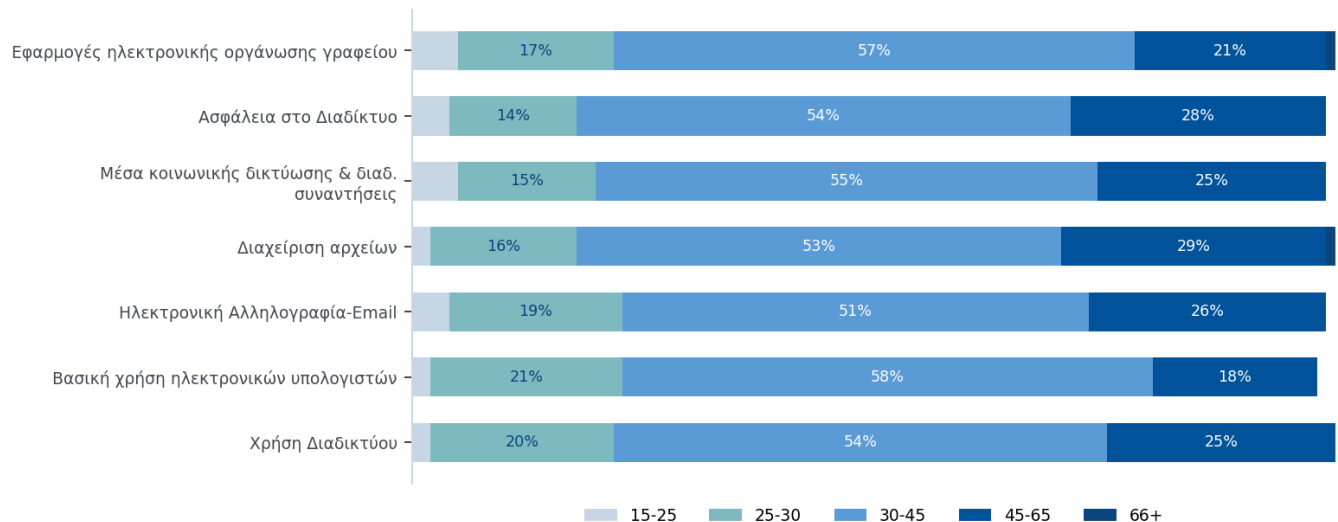
Τα σημεία αυτά αποτέλεσαν και τα κύρια στοιχεία που οι συμμετέχοντες επέλεξαν στις απαντήσεις τους να δηλώσουν ότι επιθυμούν να αποκτήσουν ή να βελτιώσουν. Εντυπωσιακό είναι το γεγονός ότι ένας στους τέσσερις συμμετέχοντες εντοπίζει αδυναμία στη χρήση εφαρμογών ηλεκτρονικής οργάνωσης γραφείου. Επίσης ένας στους πέντε επιθυμεί να αποκτήσει ή ενισχύσει τις δεξιότητές του στην ασφάλεια στο Διαδίκτυο. Αντίθετα στη χρήση του και στη βασική χρήση ηλεκτρονικών υπολογιστών, το ποσοστό 7% δείχνει πως δεν υπάρχει μεγάλη αναγκαιότητα.

Γράφημα 4.3.1. Ενίσχυση ψηφιακών δεξιοτήτων



Η διαφοροποίηση των αναγκών που οι συμμετέχοντες στην έρευνα παρουσίασαν έχει ενδεχομένως σχέση με την ηλικία αυτών. Έτσι, διερευνήθηκαν οι απαντήσεις που έδωσε κάθε ηλικιακή ομάδα και κατηγοριοποιήθηκαν ανάλογα (Γράφημα 4.3.2.). Ένα πρώτο στοιχείο που ανέδειξε η συσχέτιση αυτή, είναι πως ένας στους δύο συμμετέχοντες που ανήκουν στην ηλικιακή ομάδα 30-45 ετών, διαπιστώνει αδυναμία στο σύνολο των ψηφιακών δεξιοτήτων. Από την άλλη, σε πολύ χαμηλά επίπεδα κινείται ο ψηφιακός αναλφαριθμητισμός των εκπροσώπων της Generation Y (25-30 ετών) με έναν στους εκατό και δύο στους εκατό κατά τύπο δεξιότητας να δηλώνουν ανάγκη βελτίωσης.

Γράφημα 4.3.2. Ενίσχυση ψηφιακών δεξιοτήτων ανά ηλικιακή ομάδα



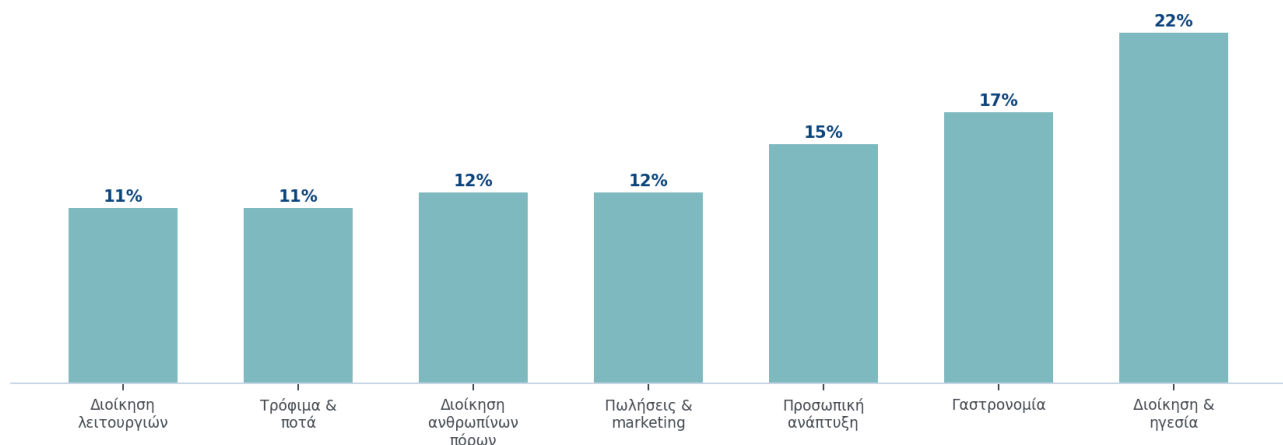
5. Οι τάσεις στην εκπαίδευση

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.

5.1. Επιθυμητές κατηγορίες θεματικών για μελλοντικά σεμινάρια

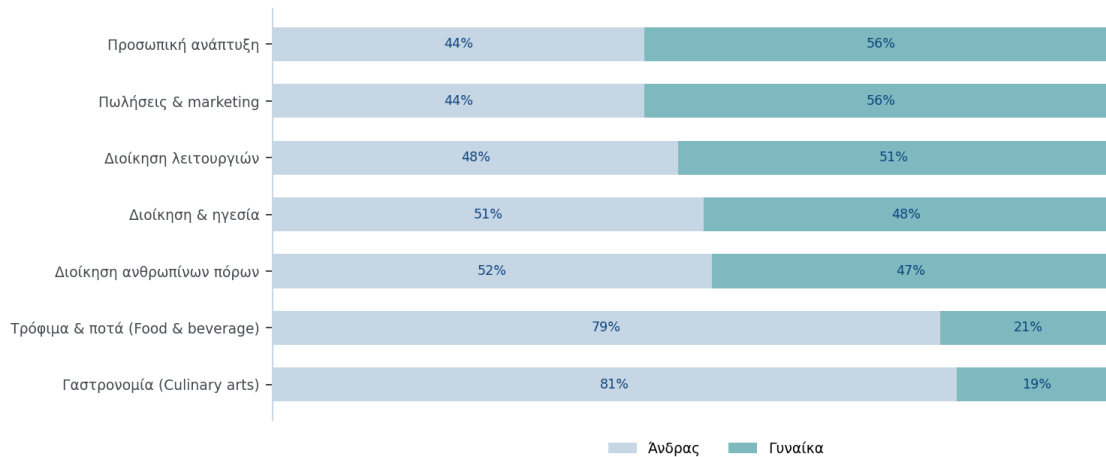
Με μια πρώτη οριζόντια ανάγνωση του γραφήματος 5.1. διαπιστώνεται ότι οι συμμετέχοντες εκφράζουν την ανάγκη να καταρτιστούν σε κάθε θεματική, ανάλογα με την προσωπική τους διαδρομή. Διοίκηση λειτουργιών, πωλήσεις και μάρκετινγκ, τρόφιμα και ποτά και διοίκηση ανθρωπίνων πόρων σύμφωνα με τις απαντήσεις του δείγματος βρίσκονται στο ίδιο ακριβώς σημείο της ζήτησης με ποσοστά που κυμαίνονται μεταξύ 11% και 12%. Ελαφρά πιο υψηλή ζήτηση σημειώνουν θεματικές που σχετίζονται με τη γαστρονομία (17%) και την προσωπική ανάπτυξη (15%). Στην κορυφή της ζήτησης, τοποθετείται τουλάχιστον τη χρονική περίοδο διεξαγωγής της έρευνας, το πεδίο της διοίκησης και ηγεσίας (22%).

Γράφημα 5.1.1. Θεματικές μελλοντικών σεμιναρίων



Ως προς το προφίλ των συμμετεχόντων που επέλεξαν κάθε θεματική πραγματοποιήθηκε ανάλυση ως προς το φύλο και παρουσιάζονται στο Γράφημα 5.1.1. Ξεχωριστό ενδιαφέρον παρουσιάζει το γεγονός ότι στα θεματικά πεδία της Διοίκησης, τόσο οι γυναίκες όσο και οι άνδρες δηλώνουν σχεδόν εξίσου την ανάγκη τους να εκπαιδευθούν περαιτέρω. Στο πεδίο της γαστρονομίας και του F&B, 8 στους 10 άνδρες δήλωσαν την επιθυμία να εκπαιδευθούν εκτενέστερα σε νέες θεματολογίες, γεγονός απόλυτα ρεαλιστικό δεδομένου του προφίλ των επαγγελματιών.

Γράφημα 5.1.2. Προφίλ συμμετεχόντων ανά θεματική

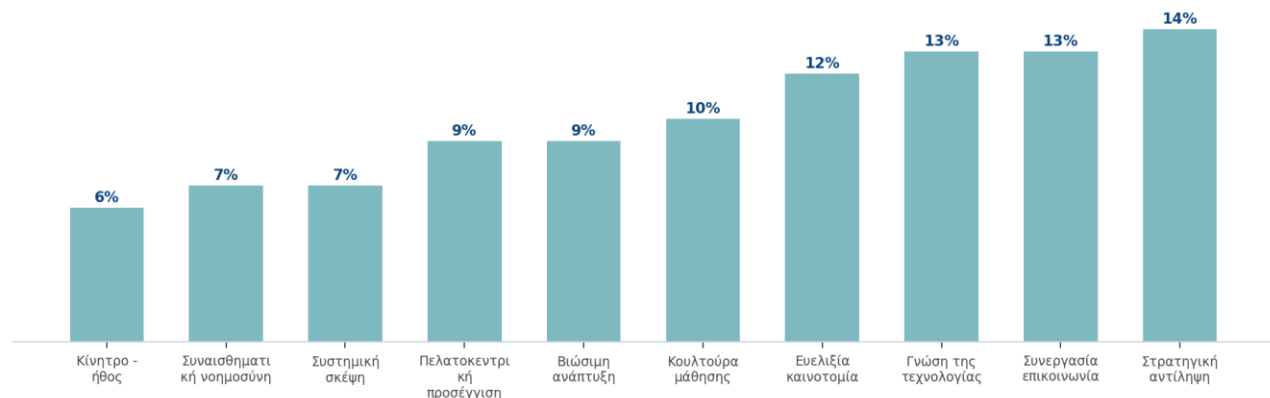


5.2. Επιθυμητές δεξιότητες

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

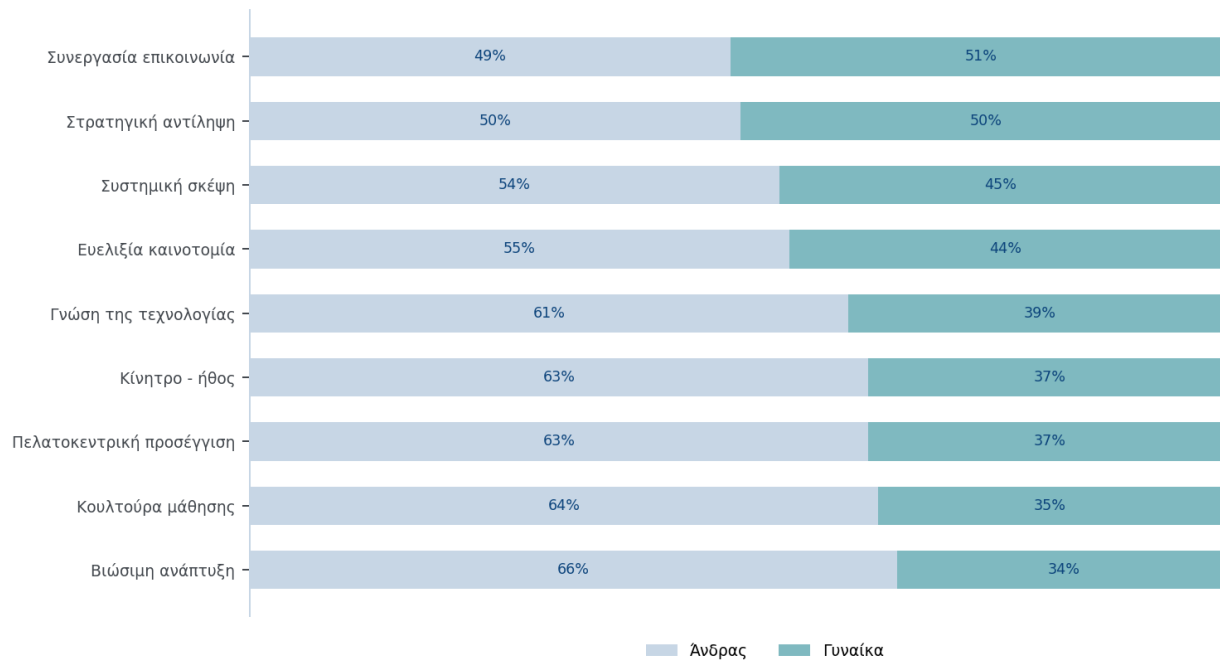
Στην κορυφή της ζήτησης, σύμφωνα με τις απαντήσεις των συμμετεχόντων βρίσκεται η στρατηγική αντίληψη με ποσοστό 14% ενώ την μικρότερη ζήτηση σημειώνουν η συναισθηματική νοημοσύνη και η συστημική σκέψη με 7% και το κίνητρο και ήθος με 6%.

Γράφημα 5.2.1. Δεξιότητες προς ανάπτυξη



Σε ότι αφορά στο φύλο των συμμετεχόντων και τις επιλογές τους για reskilling και upskilling βάση δεξιοτήτων, καταγράφηκε μια σχεδόν ίση προτίμηση σε κάθε κατηγορία, μεταξύ ανδρών και γυναικών. Αξίζει να σημειωθεί ότι στη δεξιότητα Συναισθηματική Νοημοσύνη, περισσότερες γυναίκες (52%) συγκριτικά με τους άνδρες (47%). Αντίθετα, έξι στους δέκα άνδρες επιδιώκουν να ενισχύσουν τις δεξιότητές τους, στη βιώσιμη ανάπτυξη ενώ στο ίδιο πεδίο εντόπισαν ανάγκη μόλις τρεις στις δέκα γυναίκες.

Γράφημα 5.2.2. Προφίλ συμμετεχόντων ανά δεξιότητα



Επίλογος - Συμπεράσματα

Κατά την περίοδο 2023-2024 υλοποιήθηκαν 63 Online Executive Seminars σε 60 θεματολογίες, με 922 αξιολογήσεις από 1.138 συμμετέχοντες (ποσοστό ανταπόκρισης 81%). Από την ανάλυση των στοιχείων προκύπτουν τα ακόλουθα συμπεράσματα.

Πρώτον, η ικανοποίηση των συμμετεχόντων διατηρείται σε υψηλά επίπεδα: η μέση συνολική αξιολόγηση διαμορφώθηκε στο 9,41/10, με 8 στους 10 συμμετέχοντες να βαθμολογούν με 9 ή 10. Οι εισηγητές έλαβαν την ανώτατη βαθμολογία (10/10) από 8 στους 10, ενώ το 67% αξιολόγησε το εκπαιδευτικό υλικό ως άριστο.

Δεύτερον, καταγράφεται ουσιαστική εκπαιδευτική επίδραση: σημαντική αύξηση των αξιολογήσεων «Πολύ Καλό» στο δηλωθέν επίπεδο γνώσεων πριν και μετά την παρακολούθηση, με τους συμμετέχοντες να αναγνωρίζουν την άμεση εφαρμοσιμότητα των γνώσεων στην εργασιακή τους καθημερινότητα.

Τρίτον, η έρευνα κατέγραψε τις συνθήκες της αγοράς εργασίας – με τις ελλείψεις προσωπικού να εντοπίζονται σε καίριες θέσεις των επιχειρήσεων φιλοξενίας – καθώς και τις προτεραιότητες των επαγγελματιών για μελλοντικές εκπαιδευτικές δράσεις και ενίσχυση δεξιοτήτων.

Συνολικά, τα στοιχεία της περιόδου τεκμηριώνουν την αποτελεσματικότητα της δράσης και παρέχουν συγκεκριμένες κατευθύνσεις για τον σχεδιασμό της επόμενης: έμφαση στις θεματικές υψηλής ζήτησης και συνέχιση της συστηματικής παρακολούθησης των εκπαιδευτικών αναγκών του κλάδου.