



**ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΠΑΤΡΑΣ**

**ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ**

**ΤΜΗΜΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ**

**ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ**

**« Γιατί οι σπουδαστές επιλέγουν τον  
τουρισμό ως αντικείμενο σπουδών;  
Προσδοκίες και κίνητρα »**

**ΟΝΟΜΑ ΦΟΙΤΗΤΡΙΑΣ**

**ΚΟΝΤΗ ANNA**

**ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ**

**ΔΗΜΗΤΡΗΣ ΣΤΕΡΓΙΟΥ**

**ΠΑΤΡΑ 2013**



**ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΠΑΤΡΑΣ**

**ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ**

**ΤΜΗΜΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ**

**ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ**

**« Γιατί οι σπουδαστές επιλέγουν τον  
τουρισμό ως αντικείμενο σπουδών;  
Προσδοκίες και κίνητρα »**

**ΟΝΟΜΑ ΦΟΙΤΗΤΡΙΑΣ**

**ΚΟΝΤΗ ANNA**

**ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ**

**ΔΗΜΗΤΡΗΣ ΣΤΕΡΓΙΟΥ**

**ΠΑΤΡΑ 2013**

## ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

Περιεχόμενα.....	σελ.2
Ευχαριστίες.....	σελ. 4
Περίληψη.....	σελ. 5
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....</b>	<b>σελ. 6</b>
1.1Θέμα Εργασίας.....	σελ. 6
1.2Στόχοι Εργασίας.....	σελ. 7
1.3Διαμόρφωση Έρευνας-Μεθοδολογία.....	σελ. 7
1.4Δομή της Εργασίας.....	σελ. 8
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: ΤΟ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑ.....</b>	<b>σελ. 9</b>
2.1Η ευρύτερη έννοια του τουριστικού επαγγέλματος.....	σελ. 9
2.2Χαρακτηριστικά και περιβάλλον εργασίας στν τουρισμό.....	σελ.10
2.3Τουριστική Εκπαίδευση.....	σελ.11
2.3.1Σχολές Τουρισμού.....	σελ.14
2.3.2Η Πολιτεία απέναντι στην Τουριστική Εκπαίδευση.....	σελ.15
2.3.3Ο τουρισμός πρωταγωνιστής στην οικονομική και κοινωνική ανάπτυξη της Ελλάδας.....	σελ.16
2.4Στόχοι Τουρισμού.....	σελ.18
2.5Τουρισμός και απασχόληση.....	σελ.19
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.....</b>	<b>σελ.20</b>
3.1Εργασία στον Τουρισμό και αφαιτέρου εξέλιξη.....	σελ.20
3.2.Ιδιαιτερότητες της τουριστικής αγοράς.....	σελ.21
3.2.1Λόγοι Επιλογής του Τουριστικού Επαγγέλματος.....	σελ.22
3.2.2Η αρνητική πλευρά του τουριστικού επαγγέλματος.....	σελ.24
3.2.3Προτάσεις.....	σελ.25

<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΣΤΑΔΙΟΔΡΟΜΙΑ.....σελ.25</b>	
4.1Κίνητρα επιλογής για τουριστικές σπουδές.....σελ.25	
4.2Γιατί αξίζει μια σταδιοδρομία στα τουριστικά επαγγέλματα.....σελ.26	
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ.....σελ.29</b>	
5.1Εισαγωγή.....σελ.29	
5.2Σκοπός Έρευνας.....σελ.30	
5.3Φύση Έρευνας.....σελ.30	
5.4Σχεδιασμός Ερωτηματολογίου.....σελ.32	
5.5Δομή Ερωτηματολογίου.....σελ.34	
5.6Επιλογή Δείγματος.....σελ.34	
5.7Μέθοδοι Ανάλυσης.....σελ.35	
5.8Συμπεράσματα Κεφαλαίου.....σελ.35	
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6: ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ.....σελ.36</b>	
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7:ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....σελ.63</b>	
<b>ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....σελ.65</b>	
<b>ΕΙΚΟΝΕΣ.....σελ.72</b>	
<b>ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Α'.....σελ.75</b>	

## **ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ**

Θα ήθελα να ευχαριστήσω ιδιαίτερα τον επιβλέποντα καθηγητή μου κύριο Δημήτριο Στεργίου για την βοήθεια και την καθοδήγησή του στην ολοκλήρωση της πτυχιακής μου εργασίας. Επίσης θα ήθελα να ευχαριστήσω και τον καθηγητή, κύριο Βασίλειο Γεωργίου που μου έδωσε κάποιες διευκρινήσεις σχετικά με την ολοκλήρωση της μεθοδολογίας της έρευνας. Ακόμα, ένα μεγάλο ευχαριστώ σε όλα τα παιδιά που με βοήθησαν στην πτυχιακή μου απαντώντας στο ερωτηματολόγιο της έρευνας με ευχαρίστηση. Τέλος, θα ήθελα να ευχαριστήσω την οικογένεια μου που όλο αυτό τον καιρό ήταν δίπλα μου και με στήριζε σε κάθε βήμα και μου έδινε θάρρος.

**Σας ευχαριστώ πολύ.**

Άννα Κόντη

## ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Σκοπός αυτής της εργασίας είναι να αναζητήσει τους λόγους για τους οποίους οι νέοι επιλέγουν τον τουρισμό ως εκπαιδευτική κατεύθυνση, τα κίνητρα από τα οποία ωθούνται σε αυτή την κατεύθυνση καθώς επίσης και τις προσδοκίες που έχουν έπειτα, από τον τουριστικό τομέα.

Αυτή η έρευνα αφορά τις απόψεις των σπουδαστών του Τεχνολογικού Εκπαιδευτικού Ιδρύματος Πατρών, της σχολής Διοίκησης και Οικονομίας, του τμήματος Διοίκησης Τουριστικών Επιχειρήσεων. Η έρευνα έγινε στα πλαίσια της πτυχιακής μου εργασίας με τίτλο «Γιατί οι σπουδαστές επιλέγουν τον τουρισμό ως αντικείμενο σπουδών. Κίνητρα και Προσδοκίες». Η έρευνα που πραγματοποιήθηκε, είχε χρονικό περιθώριο 3 εβδομάδες και μπορούσαν να απαντήσουν σπουδαστές που ήδη φοιτούσαν ή και νέοι που είχαν αποφοιτήσει πρόσφατα. Συνολικά στο ερωτηματολόγιο δόθηκαν 70 απαντήσεις.

Από τα σχόλια και τις προσωπικές απόψεις των σπουδαστών που είχαν την ευκαιρία να εκφράσουν αυτό που βγαίνει ως συμπέρασμα είναι πως ο τουρισμός δεν είναι πάντα η πρώτη επιλογή των φοιτητών και ένα μεγάλο ποσοστό του δείγματος θεωρεί την επικοινωνία με άλλους ανθρώπους σημαντικό στοιχείο της εργασίας αυτής.

# ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΕΙΣΑΓΩΓΗ

## 1.1 Θέμα Εργασίας

Η ανάγκη για διακοπές πλέον έχει γίνει θεσμός για πολλούς ανθρώπους, γιατί καλύπτουν πολλές από τις ανθρώπινες ανάγκες. Οι διακοπές μπορεί να είναι ξεκούραση και χαλάρωση, μπορεί όμως να είναι και ψυχαγωγία, αθλητισμός οτιδήποτε μπορεί να μας κάνει να περάσουμε όμορφα και να ανανεώσει την ψυχολογία μας. Ανάλογα με το τί θέλουμε κάθε φορά, διαλέγουμε και πως θα το πραγματοποιήσουμε. Δηλαδή, μπορούμε για παράδειγμα να επιλέξουμε να απομονωθούμε σε ένα νησί ή να επιλέξουμε να κάνουμε περιήγηση σε αξιοθέατα, μνημεία και μουσεία μιας πόλης.

Τα τελευταία χρόνια ο τομέας της τουριστικής βιομηχανίας αλλάζει με γρήγορους ρυθμούς, ειδικότερα από την στιγμή που ξεκίνησε η οικονομική κρίση στη χώρα μας, όπου οι συνέπειες είναι καθοριστικές ακόμα και για το ανθρώπινο δυναμικό του τουρισμού. Οι ξενοδοχειακές επιχειρήσεις αλλάζουν τα μέχρι τώρα δεδομένα τους και λειτουργούν σε ένα περιβάλλον που κυρίαρχο ρόλο πλέον έχει η ανταγωνιστικότητα, η παραγωγικότητα και η αποδοτικότητα των προϊόντων και υπηρεσιών τους. Από την πλευρά λοιπόν των εργαζόμενων στον τουρισμό, είναι ιδιαίτερα σημαντικό να έχουν θετική στάση – γνώμη και άποψη για τον συγκεκριμένο χώρο έτσι ώστε να επιτευχθεί το καλύτερο δυνατό αποτέλεσμα.

Με την παραπάνω βασική προϋπόθεση, οι τουριστικές επιχειρήσεις μπορούν να παρέχουν στους πελάτες τους την υψηλή ποιότητα υπηρεσιών και προϊόντων, κάτι το οποίο βέβαια είναι και ο βασικός στόχος κάθε ξενοδοχειακής επιχείρησης. Στην εργασία αυτή, αυτό που ζητείται, είναι οι λόγοι για τους οποίους οι νέοι επιλέγουν τον τουρισμό ως αντικείμενο σπουδών αλλά και ποια είναι τα κίνητρα και οι προσδοκίες που έχουν από αυτόν τον χώρο, πώς δηλαδή σκέφτονται οι νέοι για το επάγγελμα του τουρισμού. Στη συνέχεια της εργασίας, γίνεται μια ανάλυση των ιδιαιτεροτήτων που υπάρχουν στον συγκεκριμένο τομέα, αλλά και ποιες είναι οι προοπτικές επαγγελματικής εξέλιξης περαιτέρω των σπουδαστών. Οι απόψεις λοιπόν

των σπουδαστών θα είναι ιδιαίτερα ενδιαφέρουσες και έτσι ίσως και να τεθούν νέες προϋποθέσεις για την παροχή υψηλής ποιότητας προϊόντων και υπηρεσιών και η ανταγωνιστικότητα να μεγαλώσει και άλλο.

## 1.2 Στόχοι Εργασίας

Ο πρώτος βασικός στόχος της εργασίας έχει να κάνει με την αναζήτηση των λόγων τους οποίους επιλέγουν οι νέοι να σπουδάσουν στον τουριστικό τομέα, και ειδικότερα τώρα που η χώρα μας βρίσκεται σε οικονομική κρίση, τί είναι αυτό που τους ωθεί στο να σπουδάσουν το αντικείμενο αυτό.

Ο δεύτερος στόχος έχει να κάνει με την αναζήτηση των κινήτρων επιλογής της συγκεκριμένης κατεύθυνσης που επιλέγουν, δηλαδή τους παράγοντες εκείνους που επηρεάστηκαν και επέλεξαν τον τουρισμό.

Και ο τρίτος στόχος αφορά τις απόψεις των ίδιων των σπουδαστών του τουριστικού τομέα, για τα χαρακτηριστικά της εργασίας στην τουριστική βιομηχανία και κατά πόσο αυτά επηρεάζουν την επιλογή τους.

Το κόστος της εργασίας διαμορφώνεται σε 6 μήνες αναζήτησης στοιχείων και σε 70 ευρώ για το ίντερνετ και την εκτύπωση της εργασίας.

## 1.3 Διαμόρφωση Έρευνας-Μεθοδολογία

Για να διαμορφωθεί η έρευνα, πραγματοποιήθηκαν πρώτα κάποια στάδια τα οποία ήταν απαραίτητα για να φτάσω στην εξαγωγή των αποτελεσμάτων. Αρχικά, έθεσα τους στόχους εκείνους που ήθελα για την έρευνα και έπειτα δημιούργησα τις ερωτήσεις τις οποίες στη συνέχεια “χώρισα” σε τρεις ομάδες. Η πρώτη ομάδα ερωτήσεων ήταν τα δημογραφικά χαρακτηριστικά και περιείχε 5 ερωτήσεις. Η δεύτερη ομάδα ερωτήσεων ήταν “η εργασία σε επίπεδο ανθρωπίνων σχέσεων ” περιείχε 9 ερωτήσεις και αφορούσε τις διαστάσεις των ανθρωπίνων σχέσεων σε



επίπεδο εργασίας. Τέλος η τρίτη ομάδα “τουρισμός και σταδιοδρομία σε αυτόν” που είχε 8 ερωτήσεις εκ των οποίων οι 2 ήταν ανοιχτού τύπου.

Ο τύπος για κάποιες από τις ερωτήσεις ήταν, μιας επιλογής, οι περισσότερες από αυτές είχαν κλίμακα Likert και ήταν κλειστού τύπου. Τέλος, το ερωτηματολόγιο ήταν ηλεκτρονικό και δόθηκε στους νέους μέσω του lime survey.

## 1.4 Δομή της Εργασίας

Η εργασία είναι δομημένη σε 7 κεφάλαια. Στο πρώτο κεφάλαιο παρουσιάζεται το θέμα της εργασίας, οι στόχοι της καθώς επίσης και η μεθοδολογία που χρησιμοποιήθηκε για την διεξαγωγή της έρευνας.

Στο δεύτερο κεφάλαιο, αναφέρεται η έννοια του τουριστικού επαγγέλματος, τα χαρακτηριστικά και το περιβάλλον εργασίας στον τουρισμό. Επίσης, γίνεται ανάλυση των χαρακτηριστικών του τουριστικού δυναμικού, ανάλυση της τουριστικής εκπαίδευσης στην Ελλάδα, η στάση της πολιτείας απέναντι στη τουριστική εκπαίδευση, η συνεισφορά και τα οφέλη του τουρισμού στη χώρα μας, καθώς επίσης και οι στόχοι του τουρισμού και ο τουρισμός στην απασχόληση.

Στο τρίτο κεφάλαιο παρουσιάζεται κάποια συμπεράσματα για τον τουρισμό, τις ιδιαιτερότητες της τουριστικής αγοράς αλλά επίσης παρουσιάζεται και η αρνητική πλευρά του τουριστικού επαγγέλματος και ποιες είναι οι προτάσεις.

Στο τέταρτο κεφάλαιο παρουσιάζονται τα κίνητρα επιλογής για τις τουριστικές σπουδές και κάποιους λόγους για τους οποίους αξίζει μια σταδιοδρομία στον τουρισμό.

Στο πέμπτο κεφάλαιο παρουσιάζεται η μέθοδος της μεθοδολογίας. Δηλαδή το αντικείμενο της έρευνας, ο σκοπός, η φύση, ο σχεδιασμός. Επίσης παρουσιάζεται η δομή του ερωτηματολογίου, η επιλογή του δείγματος, οι μέθοδοι ανάλυσης και τα συμπεράσματα.

Στο έκτο κεφάλαιο παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της έρευνας και γίνεται μία μικρή ανάλυσή τους, καθώς επίσης και τα συμπεράσματα από όλο αυτό.

Στο έβδομο κεφάλαιο, τέλος, παρουσιάζονται τα συμπεράσματα και οι προτάσεις.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ:2 ΤΟ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑ

### 2.1Η ευρύτερη έννοια του τουριστικού επαγγέλματος

Για να μπορεί ο θεσμός του τουρισμού να καλύψει τις ψυχολογικές ανάγκες του τουρίστα είναι οργανωμένος σε πολλούς τομείς παροχής υπηρεσιών. Σε αυτές τις δομές εργάζονται οι επαγγελματίες του τουριστικού κλάδου, που πρώτο τους μέλημα είναι η κάλυψη των απαιτήσεων και των αναγκών του τουρίστα-πελάτη. Ξενοδοχεία, πρακτορεία, εταιρίες μέσων μεταφοράς αποτελούν κάποιους από τους τομείς απασχόλησης των εργαζομένων.

Ο όρος «τουριστικός τομέας» αναφέρεται σε ένα σύμπλεγμα βιομηχανικών και εμπορικών δραστηριοτήτων που εξυπηρετούν την τουριστική ζήτηση. Ο «τουριστικός κλάδος» περιλαμβάνει τις δραστηριότητες που παράγουν αγαθά και υπηρεσίες άμεσα συνδεδεμένα με τους επισκέπτες τουρίστες. Τέτοιες δραστηριότητες είναι τα ξενοδοχεία, τα γραφεία ταξιδίων πάσης φύσεως, ορισμένοι κλάδοι μεταφορών, τα κέντρα πληροφόρησης των τουριστών, οι κλάδοι παραγωγής αναμνηστικών ειδών<sup>1</sup>.

Το μεγαλύτερο μέρος της χώρας μας βασίζεται στην τουριστική βιομηχανία και όπου η ίδια στη συνέχεια εξαρτάται από την ποιότητα υπηρεσιών και τα χαρακτηριστικά των ανθρώπων που εργάζονται σε αυτό τον τομέα. Είναι ένας χώρος που απαιτεί πολλές εργατοώρες έτσι ώστε να γίνει ανταγωνιστικός, με αποτέλεσμα να απαιτούνται πολλές και ιδιαίτερες απαιτήσεις, και οι εργοδότες που έχουν μια συγκεκριμένη τουριστική επιχείρηση να εφαρμόζουν διάφορες πολιτικές που οι ίδιοι πιστεύουν πως είναι το καλύτερο για την υστεροφημία και διάρκεια της επιχείρησης.

Ένας άνθρωπος που δουλεύει στον τουριστικό τομέα εκτός από τις γνώσεις που θα πρέπει να διαθέτει (έτσι ώστε να παρέχει όσο το δυνατόν υψηλής ποιότητας υπηρεσίες), θα πρέπει να απαρτίζεται από υπομονή και επιμονή σε αυτό που κάνει, ακόμα και αν οι συνθήκες εργασίας δεν είναι αυτό που θα περίμενε ο ίδιος ή που θα είχε ακούσει.

---

<sup>1</sup> Δημήτρης Γ. Λαγός, (2005), *Τουριστική Οικονομική- Τουρισμός και Αναψυχή*, Αθήνα:Κριτική, σελ.101

## 2.2 Χαρακτηριστικά σύνθεσης του εργατικού δυναμικού

Βασική προϋπόθεση για την τουριστική ανάπτυξη είναι η ύπαρξη προσωπικού με συγκεκριμένα προσόντα, δεξιότητες και ικανότητες που βοηθούν στη διασφάλιση υψηλού επιπέδου υπηρεσιών (WTTC). Σύμφωνα με την έκθεση του Παγκόσμιου Οικονομικού Φόρουμ (WEF), η Ελλάδα κατατάσσεται στην 62<sup>η</sup> θέση από τα 130 κράτη σχετικά με την διαθεσιμότητα του εκπαιδευμένου προσωπικού στον τουριστικό τομέα και στην 45<sup>η</sup> θέση στην ύπαρξη εκπαιδευμένου προσωπικού.

Γενικότερα ο τουριστικός τομέας δεν είναι ιδιαίτερα απαιτητικός σε εξειδικευμένες τεχνικές γνώσεις. Μεγάλο μέρος του εργατικού δυναμικού του τουριστικού τομέα, ιδίως στον μαζικό τουρισμό είναι ανειδίκευτο ή χαμηλού βαθμού εξειδίκευσης.

Η ποιότητα του εργατικού δυναμικού και η αποδοτικότητά του εξαρτάται σε μεγαλύτερο βαθμό από την στάση του εργαζόμενου απέναντι στα καθήκοντά του. Ο εργοδότης ζητά από τον εργαζόμενο να κάνει μια συγκεκριμένη εργασία δηλαδή μια «δέσμη ικανοτήτων», να εκτελεί σχετικά απλά καθήκοντα, πράγμα που απαιτεί και μια ικανοποιητική στάθμη ικανοτήτων αυτοοργάνωσης ( Αθανασίου Λ, 2004). Έτσι λοιπόν, υπάρχουν κάποια χαρακτηριστικά της σύνθεσης του εργατικού δυναμικού διεθνώς στον τομέα: (Αθανασίου Λ, 2004)

- Ø Υψηλά ποσοστά εργαζόμενων με καθεστώς μερικής απασχόλησης, ιδίως στα μεσαία και κατώτερα κλιμάκια, οι οικονομικές απαιτήσεις των οποίων είναι σχετικά χαμηλότερες
- Ø Υψηλά ποσοστά απασχολούμενων που προέρχονται από άλλους τομείς ή κλάδους οικονομικής δραστηριότητας, οι οποίοι επίσης έχουν σχετικά περιορισμένες απαιτήσεις είτε διότι η απασχόληση μειώνεται στους κλάδους από τους οποίους προέρχονται και πιέζονται από την ανεργία είτε διότι στερούνται εξειδίκευσης
- Ø Μεγάλος αριθμός απασχολούμενων γυναικών, πολύ μικρό ποσοστό όμως των οποίων κατέχει υπεύθυνες θέσεις
- Ø Υψηλό ποσοστό συμμετοχής οικονομικών μεταναστών στη συνολική απασχόληση με επισφαλή θέση εργασίας, οι οποίοι είναι συνήθως διατεθειμένοι να εργαστούν και με συγκριτικά χαμηλότερες αμοιβές

- Ø Υψηλά ποσοστά συμμετοχής στη συνολική απασχόληση νέων σε ηλικία ατόμων, με χαμηλά επίπεδα κατάρτισης που δέχονται να εργαστούν με σχετικά χαμηλές αμοιβές λόγω έλλειψης πείρας ή άλλων ευκαιριών για απασχόληση
- Ø Μεγάλος αριθμός απασχολούμενων κάτω από συνθήκες παραοικονομίας που περιορίζουν το συνολικό εργατικό για τον εργοδότη
- Ø Μακρά ωράρια εργασίας, που τείνουν να μειώσουν το μοναδιαίο κόστος
- Ø Χαμηλότερη συμμετοχή σε σωματεία εργαζομένων σε σύγκριση με άλλους κλάδους

Όλα τα προαναφερθέντα χαρακτηριστικά της τουριστικής αγοράς εργασίας σε συνδυασμό με την εποχικότητα της απασχόλησης και την ανεργία που αυτή συνεπάγεται, τείνουν να εξασθενήσουν την ελκυστικότητα προς τα τουριστικά επαγγέλματα γενικότερα στους εργαζόμενους. Το γεγονός ότι μεγάλο μέρος του εργατικού δυναμικού του τομέα είναι ανειδίκευτο ή χαμηλής εξειδίκευσης σημαίνει ότι οι δυνατότητες αύξησης της παραγωγικότητάς του με την πρακτική εξάσκηση και την εμπειρία είναι συγκριτικά περιορισμένες. Αυτό, εξωθεί τους εργαζόμενους σε αναζήτηση καλύτερης τύχης με την αλλαγή του εργοδότη. Αποτέλεσμα είναι τα υψηλά ποσοστά κινητικότητας του εργατικού δυναμικού στον τουριστικό τομέα.

### **2.3 Τουριστική Εκπαίδευση**

Πολλά έχουν ειπωθεί για την πτωτική πορεία του τουρισμού στη χώρα μας αλλά και την επίδραση της παγκόσμιας οικονομικής κρίσης. Δεν χωράει καμία αμφιβολία ότι η Ελλάδα βρίσκεται σε μία απ' τις μεγαλύτερες κρίσεις της ιστορίας της. Ένας καθοριστικός παράγοντας ο οποίος συνέβαλε στην επιδείνωση αυτή, είναι όπως κάποιος πιστεύουν, η πλήρης ανυπαρξία τουριστικής παιδείας. Στη χώρα μας δεν υπάρχει μία προπτυχιακή σχολή τουρισμού. Υπάρχουν τρία μεταπτυχιακά προγράμματα στην διοίκηση τουρισμού ενώ λείπουν τελείως οι προπτυχιακές τουριστικές σπουδές πανεπιστημιακού επιπέδου. Ο τουρισμός ως βασικός τομέας της οικονομίας αναπτύσσει συνεχώς υψηλούς ρυθμούς ανάπτυξης ενώ η ανταγωνιστικότητά του εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από το ανθρώπινο δυναμικό.

Ο τουρισμός είναι βασικός πυλώνας της οικονομικής και κοινωνικής ανάπτυξης της Ελλάδας, προσφέροντας το 16,35% του Ακαθάριστου Εγχώριου Προϊόντος (ΑΕΠ)<sup>2</sup> αλλά επίσης και της απασχόλησης (Παγκόσμιο Συμβούλιο Ταξιδιών και Τουρισμού, 2005). Βασικός παράγοντας του τουρισμού είναι το ανθρώπινο δυναμικό που με τις κατάλληλες γνώσεις και δεξιότητες προσφέρει ένα προϊόν υψηλών προσδοκιών στον πελάτη.

Τρία είναι τα βασικά στοιχεία της γενικότερης διαχείρισης του ανθρωπίνων πόρων στον τουρισμό (Ακριβός, Κατσώνη, Καρατζαβέλου 2007):

- I. Αρχική εκπαίδευση σε θεωρητικό επίπεδο (δευτεροβάθμια, τριτοβάθμια, μεταπτυχιακό)
- II. Συνεχόμενη επαγγελματική κατάρτιση σε σχέση με το αντικείμενο της εργασίας
- III. Συνεχόμενα προγράμματα εξειδίκευσης

Οι εργαζόμενοι χρειάζονται ολοκληρωμένη και ποιοτική εκπαίδευση για την απόκτηση νέων γνώσεων – δεξιοτήτων στο σύγχρονο ανταγωνιστικό περιβάλλον των τουριστικών υπηρεσιών. Η κατάρτιση στους διάφορους ειδικευμένους τομείς της εργασίας επιφέρει και την βελτίωση της ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών.

Μέχρι πριν κάποια χρόνια, μέρος των απασχολούμενων στον τουριστικό τομέα που εκτελούν καθήκοντα συναφή με τον κλάδο (π.χ. σερβιτόρα, καμαριέρα) στην πολύ μεγάλη πλειονότητα τους, αποκτούσαν τις ειδικές γνώσεις ή δεξιότητες κατά την εργασία (on the job training). Στη δημιουργία και την πολύ γρήγορη επέκταση συστημάτων εκπαίδευσης και κατάρτισης, με στόχο την ικανοποίηση των αναγκών του τουριστικού τομέα σε ειδικευμένο εργατικό δυναμικό στα πρόσφατα χρόνια, συντέλεσε, η γρήγορη επέκταση του τουριστικού τομέα καθώς και η κατακόρυφη αύξηση της σημασίας του, ως κλάδου οικονομικής βάσης για πολλές χώρες ή περιοχές και η επικράτηση της άποψης, ότι στην άνοδο της παραγωγικότητας της εργασίας και στην ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας μπορεί να συμβάλλει αποφασιστικά η επένδυση στο ανθρώπινο κεφάλαιο με την εκπαίδευση και την κατάρτιση (I.T.E.Π<sup>3</sup>, 2004). Βασικό κριτήριο αξιολόγησης ενός θεσμικού πλαισίου στον χώρο της εκπαίδευσης και ειδικότερα της τουριστικής, είναι αναμφισβήτητα η

---

<sup>2</sup> Είναι το σύνολο όλων των προϊόντων και αγαθών που παράγει μια οικονομία, εκφρασμένο σε χρηματικές μονάδες. Με άλλα λόγια είναι η συνολική αξία όλων των τελικών αγαθών (υλικών και άυλων) που παρήχθησαν εντός μιας χώρας σε διάστημα ενός έτους, ακόμα και αν μέρος αυτού παρήχθη από παραγωγικές μονάδες που ανήκουν σε κατοίκους του εξωτερικού.

<sup>3</sup> Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων

επαγγελματική επιτυχία ή αποτυχία των εμπλεκόμενων σε αυτό και ιδιαίτερα των αποφοίτων (Ακριβός, Κατσώνη, Καρατζαβελου, 2007).

Στην Ελλάδα η τουριστική εκπαίδευση και κατάρτιση παρέχεται σε όλα τα εκπαιδευτικά επίπεδα μετά την υποχρεωτική εκπαίδευση. Βασικός τομέας της εκπαίδευσης και της κατάρτισης φαίνεται να είναι ο δημόσιος τομέας. Και στον ιδιωτικό όμως τομέα, για θέματα τουριστικής εκπαίδευσης δραστηριοποιούνται Επαγγελματικά Λύκεια /ΕΠΑΛ (δευτεροβάθμια εκπαίδευση), Ιδιωτικά ινστιτούτα Επαγγελματικής Κατάρτισης/ΙΕΚ (μεταδευτεροβάθμια εκπαίδευση), πολυάριθμα Εργαστήρια Ελευθέρων Σπουδών/ΕΕΣ και Ιδιωτικά Κέντρα Επαγγελματικής Κατάρτισης. Η ιδιωτική εκπαίδευση συνδέεται και επηρεάζεται από την δημόσια εκπαίδευση. Το δίκτυο της δημόσιας τριτοβάθμιας εκπαίδευσης στην Ελλάδα επεκτάθηκε σημαντικά τα τελευταία χρόνια με την ίδρυση νέων πανεπιστημιακών τμημάτων και τμημάτων Τει αλλά και την προσαρμογή νέων προγραμμάτων σπουδών σε προπτυχιακό και μεταπτυχιακό επίπεδο. Παράλληλα αυξήθηκε ο αριθμός των υποψηφίων εισαχθέντων στη δημόσια τριτοβάθμια εκπαίδευση. Παρ' όλα αυτά, ένα σημαντικό μέρος των υποψηφίων δεν επιτυγχάνουν σε όλες τις επιθυμητές σχολές με αποτέλεσμα να οδηγούνται πολλοί νέοι στον ιδιωτικό τομέα μεταδευτεροβάθμιας εκπαίδευσης και ιδιαίτερα στα εργαστήρια ελευθέρων σπουδών (Ε.Ε.Σ) τα οποία παρουσιάζουν νέα προγράμματα με επιθεώρηση 64 εργασιακών σχέσεων κάτι που αποτελεί πρωτοτυπία στις σύγχρονες ειδικότητες έτσι ώστε να καλυφθούν οι απαιτήσεις της αγοράς εργασίας, ενώ υπάρχουν και πολύ καλές συνθήκες εκπαίδευσης (εγκαταστάσεις, υποδομές κ.τ.λ). Καθώς αναγνωρίζεται σε όλο και μεγαλύτερο βαθμό ότι η κατάλληλη εκπαίδευση και κατάρτιση τείνει να αυξήσει την παραγωγικότητα των εργαζόμενων τα τελευταία χρόνια στην Ελλάδα, οι θέσεις και ο αριθμός σπουδαστών σε σχολές τουριστικής εκπαίδευσης αυξήθηκαν με ρυθμούς πολύ γρηγορότερους σε σύγκριση με το ρυθμό αύξησης της τουριστικής απασχόλησης. Λόγω της ανυπαρξίας ύλης για τη θέσπιση κανόνων λειτουργίας των Ε.Ε.Σ.(Εργαστήρια Ελευθέρων Σπουδών) δεν υπάρχει κανένας φορέας που να έχει καταγεγραμμένα τα Ε.Ε.Σ. τα οποία λειτουργούν στην Ελλάδα.

### **2.3.1 Σχολές τουρισμού**

Οι σχολές στις οποίες μπορεί να σπουδάσει κάποιος σχετικά με τον τουρισμό είναι οι εξής:

#### ***Τριτοβάθμια Εκπαίδευση***

1. Τουριστικών επιχειρήσεων Τει Αθήνας
2. Τουριστικών επιχειρήσεων Τει Θεσσαλονίκης
3. Τουριστικών επιχειρήσεων Τει Πάτρας
4. Τουριστικών επιχειρήσεων Τει Πειραιά (Σπέτσες)
5. Ανώτερες σχολές Τουριστικής Εκπαίδευσης (Α.Σ.Τ.Ε.)
6. Τουριστικών Επαγγελματιών Αγίου Νικολάου Κρήτης (Α.Σ.Τ.Ε.Α.Ν.)
7. Τουριστικών Επαγγελματιών Ρόδου (Α.Σ.Τ.Ε.Ρ)
8. Τουριστικών Επιχειρήσεων Τει Ιόνιων Νήσων (Αργοστόλι)
9. Τουριστικών Επιχειρήσεων Τει Λαμίας (Άμφισα)
10. Τουριστικών Επιχειρήσεων Τει Λάρισας
11. Τουριστικών Επιχειρήσεων Τει Ηπείρου Ηγουμενίτσα

Πέρα από αυτές τις σχολές κάποιος μπορεί να σπουδάσει μέσω του Οργανισμού Τουριστικής Εκπαίδευσης και Κατάρτισης (Ο.Τ.Ε.Κ.) αλλά και μέσω Ι.Ε.Κ.

#### ***Μεταδευτεροβάθμια Επαγγελματική Εκπαίδευση: Ξεναγοί***

1. Σχολή Ξεναγών Αθήνας
2. Σχολή Ξεναγών Θεσσαλονίκης
3. Σχολή Ξεναγών Κέρκυρας

#### ***Μεταδευτεροβάθμια Επαγγελματική Κατάρτιση: Ινστιτούτα Επαγγελματικής Κατάρτισης (Ι.Ε.Κ.)***

1. Ειδικός Ξενοδοχειακών Υπηρεσιών και Τροφοδοσίας
2. Τεχνικός Μαγειρικής Τέχνης
3. Υπάλληλος Τουριστικού Γραφείου
4. Ειδικός Θαλασσοθεραπείας –spa

5. Ειδικός Λουτροθεραπείας-spa
6. Συνοδός Βουνού

#### ***Δευτεροβάθμια Επαγγελματική Εκπαίδευση: Επαγγελματικές Σχολές (ΕΠΑ.Σ)***

1. Ξενοδοχειακές Επισιτιστικές Υπηρεσίες
2. Μαγειρική Τέχνη
3. Ζαχαροπλαστική Τέχνη

### **2.3.2 Η Πολιτεία απέναντι στην Τουριστική Εκπαίδευση**

Καθώς ο τουρισμός αποτελεί σαφώς τη «βαριά» βιομηχανία της Ελλάδας, αναπόφευκτο είναι ότι και οι τουριστικές σπουδές θα (έπρεπε να έχουν) την ανάλογη βαρύτητα και υποστήριξη από την Πολιτεία κάτι το οποίο δεν γίνεται.

Για τον καθηγητή Τουριστικής Ανάπτυξης στο τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων του Πανεπιστημίου Αιγαίου Πάρι Τσάρτα αυτό που χρειάζεται να αλλάξει ριζικά είναι να ενισχυθεί η δημόσια εκπαίδευση στον τουρισμό. «Βάσει της σημερινής δυσμενούς οικονομικής θέσης της χώρας και δεδομένου ότι ο τουρισμός είναι το μοναδικό πλέον προϊόν που έχει τη δυνατότητα να “πουλήσει” η χώρα στο εξωτερικό, ο ρόλος της ελληνικής τουριστικής εκπαίδευσης είναι καθοριστικός, τόσο για την παροχή καλύτερων υπηρεσιών, όσο και για τη βελτίωση του τουριστικού προϊόντος», αναφέρει.

Για τον καθηγητή Περικλή Ν. Λύτρα, πρόεδρο του τμήματος Διοίκησης Τουριστικών Επιχειρήσεων Τει Αθήνας, τα σημαντικότερα μειονεκτήματα ενός σύγχρονου ελληνικού ανώτατου εκπαιδευτικού ιδρύματος στον τουρισμό σε σχέση με τον ανταγωνισμό του εξωτερικού είναι:

- Οι ελλείψεις σε διδακτικό προσωπικό
- Η εναρμόνιση των προγραμμάτων σπουδών με την αγορά εργασίας
- Ο τρόπος εισαγωγής μέσω των πανελλαδικών εξετάσεων
- Η ένταση των κινητοποιήσεων, απεργιών και καταλήψεων



- Η δημιουργία τμημάτων και σχολών για κομματικούς και προσωπικούς λόγους
- Η μεγάλη απόσταση που χωρίζει αυτά τα ιδρύματα στην έρευνα

Ο τουρισμός είναι κατά πολλούς το μοναδικό προϊόν που έχει τη δυνατότητα να «πουλήσει» η χώρα στο εξωτερικό. Αλλά σύμφωνα με την κα Sibyll Hoffmann, διευθύντρια του Alpine Center « είναι συνταρακτικό ότι πολλά κυβερνητικά στελέχη δεν μπορούν ακόμα να διακρίνουν ότι η βιομηχανία τουρισμού αποτελεί την καρδιά της ελληνικής οικονομίας και αξίζει όλη την προσοχή μας. Σε περιόδους κρίσης η σημασία της επένδυσης σε εκπαίδευση, έρευνα και ανάπτυξη δεξιοτήτων είναι ανεκτίμητη και η ανάγκη για δια βίου μάθηση επιτακτική. Η δια βίου μάθηση σχετίζεται άμεσα με την αναβάθμιση των δεξιοτήτων ανειδίκευτων εργαζόμενων, την επανεκπαίδευση έμπειρων εργαζόμενων αλλά και την προσέλκυση νέων ανθρώπων. Υπάρχει μεγάλη ανάγκη για αναβάθμιση του δημόσιου εκπαιδευτικού συστήματος στον τουρισμό και τη φιλοξενία. Είναι επείγουσα η ανάγκη συνδυασμού πρακτικής άσκησης και θεωρίας της φιλοξενίας και τουρισμού έτσι ώστε οι σπουδαστές να εφοδιαστούν με τεχνικές δεξιότητες, διοικητικές ικανότητες και επαγγελματική συμπεριφορά».

### **2.3.30 τουρισμός πρωταγωνιστής στην οικονομική και κοινωνική ανάπτυξη της Ελλάδας**

Η βελτίωση της ποιότητας του Ελληνικού Τουρισμού εξαρτάται από το επίπεδο του ανθρώπινου δυναμικού και συνεπώς η εκπαίδευση του αποκτά ιδιαίτερη βαρύτητα.

Στην Ελλάδα, αν και σχετικά πρόσφατα ανακοινώθηκε η δημιουργία τμημάτων Οικονομικής και Διοίκησης Τουρισμού στο Πανεπιστημίου Αιγαίου. Ο ΣΕΤΕ, υπογραμμίζει ότι ο γενικός στόχος της εκπαίδευσης πρέπει να είναι η αναβάθμιση του ανθρώπινου δυναμικού που απασχολείται στον τουρισμό και προτείνει, η αναβάθμιση αυτή να προκύψει μέσα από δύο κύριες κατευθύνσεις α) με μέτρα αναφορικά με τις τουριστικές σπουδές β) με συγκεκριμένη εκπαιδευτική

πολιτική σε επίπεδο επιχείρησης. Ως προς τις τουριστικές σπουδές, είναι ανάγκη να υιοθετηθούν τα εξής:

- Ø Άμεση λειτουργία προπτυχιακών τμημάτων σχετικά με τον τουρισμό
- Ø Εκσυγχρονισμός των μεταπτυχιακών τμημάτων
- Ø Επίλυση των προβλημάτων Τει, καθώς αυτά δεν μπορούν να ανταποκριθούν πλήρως στις απαιτήσεις της αγοράς εργασίας εφόσον δεν προσφέρουν ούτε την πρακτική εξοικείωση των ΣΤΕ ούτε όμως την θεωρητική κατάρτιση των ΑΕΙ.
- Ø Αναβάθμιση των ΟΤΕΚ
- Ø Θεμελίωση της συνεργασίας μεταξύ εκπαιδευτικών φορέων με σκοπό τη διαρκή βελτίωση και τον εκσυγχρονισμό των προσφερόμενων προγραμμάτων σπουδών καθώς ο τουρισμός έχει ανάγκη διεπιστημονικής προσέγγισης

Ως προς την εκπαίδευση στο πλαίσιο της τουριστικής επιχείρησης, προτείνονται τα εξής:

- Ø Συνεχής κατάρτιση και εξειδίκευση του προσωπικού τόσο αναφορικά με την θέση του, όσο και με τις εξελίξεις των τεχνολογιών της πληροφορίας, της επικοινωνίας και του διαδικτύου, τις εφαρμογές τους και την επίδρασή τους στην οικονομία και την τουριστική βιομηχανία γενικότερα
- Ø Εστίαση στην Ηλεκτρονική Μάθηση (e-Learning), η οποία ελαχιστοποιεί το χρόνο και το κόστος της εκπαίδευσης παρέχοντας μια εκπαιδευτική διαδικασία προσαρμοσμένη στις ανάγκες, στις συνθήκες αλλά και στις ιδιαιτερότητες των εργαζομένων
- Ø Συστήνεται η στενή συνεργασία των εκπαιδευτικών φορέων και επιχειρήσεων αφού προκύπτει αμοιβαίο όφελος: οι επιχειρήσεις πετυχαίνουν αποτελεσματικότερη κατάρτιση και βελτίωση των ανθρωπίνων πόρων τους, ενώ οι εκπαιδευτικοί φορείς έχουν πρόσβαση σε χρήσιμα δεδομένα για την βελτίωση των γνώσεων της εκπαίδευσης

## 2.4 Στόχοι Τουρισμού

Στη σύνοδο κορυφής της χιλιετίας του ΟΗΕ (Οργανισμός Ηνωμένων Εθνών) που πραγματοποιήθηκε το 2000 στη Νέα Υόρκη, η διεθνής κοινότητα υιοθέτησε τη «**Διακήρυξη της Χιλιετίας**», η οποία στοχεύει στην καταπολέμηση της ακραίας φτώχειας και περιλαμβάνει **8** αναπτυξιακούς στόχους με χρονικό ορίζοντα υλοποίησης το 2015.

**Στόχος 1:** Εξάλειψη της ακραίας φτώχειας και πείνας

**Στόχος 2:** Εξασφάλιση πρωτοβάθμιας εκπαίδευσης σε παγκόσμιο επίπεδο

**Στόχος 3:** Προώθηση της ισότητας των δύο φύλων και ενδυνάμωση της θέσης της γυναίκας

**Στόχος 4:** Μείωση της παιδικής θνησιμότητας

**Στόχος 5:** Βελτίωση της μητρικής υγείας

**Στόχος 6:** Καταπολέμηση του HIV/AIDS, της ελονοσίας και άλλων ασθενειών

**Στόχος 7:** Διασφάλιση της αειφορίας του περιβάλλοντος

**Στόχος 8:** Δημιουργία παγκόσμιας συνεργασίας για την ανάπτυξη

Καθώς η κοινωνικοοικονομική σημασία του τουρισμού αυξάνεται παγκοσμίως με την τουριστική δραστηριότητα να αποτελεί το σημαντικότερο, ίσως και το μοναδικό τρόπο ανάπτυξης σε πολλές αναπτυσσόμενες χώρες, καθίσταται φανερό η ανάγκη σύνδεσης του τουρισμού με τους αναπτυξιακούς στόχους.

Ο τουρισμός μπορεί να συμβάλει σημαντικά στην καταπολέμηση της φτώχειας και στην ενδυνάμωση της θέσης της γυναίκας μέσω της δημιουργίας νέων θέσεων εργασίας, ενώ η σωστή διαχείριση της τουριστικής κίνησης μπορεί να συμβάλει αποφασιστικά στην προστασία του περιβάλλοντος.

## 2.5 Τουρισμός και απασχόληση

Σύμφωνα με στοιχεία του Παγκόσμιου Συμβουλίου Ταξιδιωτών και Τουρισμού (World Travel & Tourism Council), το 1/5 του εργατικού δυναμικού της χώρας (περίπου 900.000 άτομα) απασχολείται άμεσα ή έμμεσα στον κλάδο του τουρισμού το 2009. Σε σχέση με το 2008 και σύμφωνα με εκτιμήσεις του Σ.Ε.Τ.Ε. (Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων) οι θέσεις εργασίας στον τουρισμό παρουσίασαν μείωση το πρώτο εξάμηνο του 2009 κατά 19.000 περίπου, αποτέλεσμα της μείωσης κατά 10% των αφίξεων αλλοδαπών τουριστών. Οι επιδοτήσεις στις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις για επαναπρόσληψη του εποχικού προσωπικού, η αύξηση των δελτίων κοινωνικού τουρισμού και η κατάρτιση ανέργων σε ειδικότητες συναφείς με το τουριστικό αντικείμενο ήταν κάποια από τα μέτρα που πήρε η χώρα για την αντιμετώπιση της κρίσης στην τουριστική απασχόληση. Έτσι λοιπόν η τουριστική ανάπτυξη συντέλεσε στην αυξημένη ζήτηση για τουριστική εκπαίδευση και κατάρτιση η οποία παρουσιάζει σημαντικά δείγματα βελτίωσης σε σχέση με το παρελθόν.

Πιο συγκεκριμένα και ως προς την προπτυχιακή εκπαίδευση λειτουργούν 7 Τει Τουριστικών Επιχειρήσεων ενώ έχει εγκριθεί νομοθετικά η δημιουργία δύο νέων τμημάτων ΑΕΙ στο χώρο του Τουρισμού και πιο συγκεκριμένα στο Πανεπιστήμιο Αιγαίου και Πανεπιστήμιο Πειραιώς. Επιπλέον, λειτουργούν προγράμματα μεταπτυχιακών σπουδών στον Τουρισμό ενώ τουριστικά επιστημονικά περιοδικά διεθνούς κύρους εκδίδονται από εκπαιδευτικά ιδρύματα της χώρας μας, γεγονός που συνάδει με το υψηλό επίπεδο των διδασκόντων και των παρεχόμενων σπουδών σε ορισμένα τουλάχιστον ιδρύματα. Πέραν των παραπάνω, ιφίστανται και ο Ο.Τ.Ε.Κ. (Οργανισμός Τουριστικής Εκπαίδευσης και Κατάρτισης) ο οποίος παρέχει τριτοβάθμια, μετα-δευτεροβάθμια και δευτεροβάθμια εκπαίδευση και επαγγελματική κατάρτιση, ενώ στη χώρα μας δραστηριοποιούνται και ιδιωτικά εκπαιδευτικά ιδρύματα (κολέγια). Σε παγκόσμιο επίπεδο ωστόσο, επικρατεί προβληματισμός καθώς με βάση τα στοιχεία του WEF (World Economic Forum), η Ελλάδα διακρίνεται από ανεπάρκεια του εκπαιδευτικού συστήματος (λαμβάνοντας την 82<sup>η</sup> θέση το 2009 ενώ η Κύπρος τη 10<sup>η</sup> θέση). Στο πλαίσιο αυτό, μερίδιο ευθύνης φέρει και η εργοδοτική πλευρά καθώς παρατηρείται έλλειψη επένδυσης από πλευράς εργοδοτών στη βελτίωση.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

### 3.1 Εργασία στον τουρισμό και περαιτέρω εξέλιξη

Ο τουρισμός ως ζωτική δύναμη στην κοινωνία είναι προϊόν των τεχνολογικών προόδων και έμμεσα των αποφάσεων πολιτικής που λήφθηκαν μετά τον Β΄ παγκόσμιο πόλεμο. Ακόμα και σήμερα που ο τουρισμός αναγνωρίζεται ως η μεγαλύτερη βιομηχανία του κόσμου, λίγα ανώτερα εκπαιδευτικά ιδρύματα αναγνωρίζουν τον τουρισμό ως μια ξεχωριστή επιστήμη.

Τουριστικά προγράμματα ή μαθήματα τουριστικού ενδιαφέροντος περιλαμβάνονται σε τμήματα ή σχολές οικονομικών, διοίκησης, ανθρωπολογίας, σχεδιασμού, ξενοδοχειακής διοίκησης, κοινωνιολογίας και πολλών άλλων, με σκοπό να μάθει κανείς όσον το δυνατόν περισσότερα για την τουριστική βιομηχανία.

Σκοπός για τους ανθρώπους εκείνους που εργάζονται σε διαφορετικά επαγγέλματα είναι η επιδίωξη της εξέλιξης της καριέρας τους επιδιώκοντας την κατοχή σημαντικών θέσεων στις αντίστοιχες επιχειρήσεις. Για μερικούς ανθρώπους, η καριέρα είναι ένα επάγγελμα που το διαλέγουν μια ζωή (Larsoon, 2001, σελ.611). Η καριέρα είναι να έχει κάποιος μια σχεδιασμένη κατεύθυνση ώστε αργότερα να αποσκοπεί σε διαδοχικές θέσεις (Adamson, 1998). Ο Brauch (2004) τόνισε την άποψη ότι οι επαγγελματικές διαδρομές μπορούν να είναι ταυτόχρονα και λογικές και σκόπιμες, μπορούν να εναλλάσσονται συνεχώς, να οδηγούνται μπροστά και πίσω, πάνω και κάτω.

Το είδος της καριέρας σχετίζεται άμεσα με την ζωή των ανθρώπων καθώς επίσης και με τις επαγγελματικές τους εμπειρίες, οι οποίες παίζουν σημαντικό ρόλο στην προσπάθεια των ατόμων να αναρριχηθούν σε υψηλότερες θέσεις εργασίας (O' Neil, 2004). Σε όλο αυτό σημαντικό πλεονέκτημα είναι η εκπαίδευση και η δια βίου επιμόρφωση για την εξέλιξη μιας καριέρας.

Από το 2003 όμως, σύμφωνα με έρευνα του Feldman παρατηρείται ότι στις νεαρές ηλικίες υπάρχει αναποφασιστικότητα στην επιλογή της καριέρας τους. Μέσω όμως των σχολών αλλά και των επιχειρήσεων αργότερα, μπορεί να βρεθεί τρόπος να προσελκύσουν και άλλους νέους στην τουριστική βιομηχανία.

### 3.2 Ιδιαιτερότητες της τουριστικής αγοράς

Ένας από τους βασικούς πυλώνες για την ανάπτυξη της ελληνικής οικονομίας παραμένει ο κλάδος του τουρισμού, ο οποίος συνεχίζει να δημιουργεί θέσεις εργασίας, κυρίως για νέους ανθρώπους. Ο τουριστικός τομέας στην Ελλάδα άλλωστε, καλείται να διαδραματίσει πρωταγωνιστικό ρόλο στην καταπολέμηση της κρίσης και κατά συνέπεια της ανεργίας που έχει δημιουργηθεί, για τα επόμενα χρόνια. Σύμφωνα με έρευνα, υπάρχουν οι προοπτικές να δημιουργηθούν τα επόμενα χρόνια περίπου 200.000 νέες θέσεις εργασίας στον τομέα του τουρισμού, πράγμα που σημαίνει ότι αυτές οι θέσεις αντιστοιχούν στο 44% των νέων θέσεων εργασίας για την επόμενη δεκαετία. Θα πρέπει όμως να σημειωθεί ότι αυτή την στιγμή στην Ελλάδα, το 1/5 των εργαζόμενων απασχολείται, άμεσα ή έμμεσα, στον τουρισμό.

Η τουριστική εργασία έχει πολλές ιδιαιτερότητες. Ένα ιδιαίτερο και βασικό χαρακτηριστικό είναι ότι ο απώτερος στόχος της είναι η ικανοποίηση του τουρίστα. Αυτό σημαίνει ότι ο εργαζόμενος στον τουρισμό σε οποιαδήποτε θέση, είτε στη ρεσεψιόν ενός ξενοδοχείου, είτε στο σέρβις ενός εστιατορίου, είτε σε ένα κρουαριερόπλοιο ή τουριστικό γραφείο, πέρα από το φόρτο εργασίας θα πρέπει να ρυθμίζει και την διάθεση και τη συμπεριφορά του ώστε να είναι πάντα ευχάριστος και χαμογελαστός, κάτι που δεν απαιτείται σε άλλα επαγγέλματα (υπάρχουν βέβαια και εξαιρέσεις). Μπορεί για παράδειγμα να δουλεύει κάποιος σε μια υπηρεσία και να κάνει την δουλειά του (π.χ τηλεφωνητής σε μια εταιρεία τηλεφώνου), χωρίς απαραίτητα να χαμογελά εάν δεν το νιώθει και αυτό να μην έχει καμία επίπτωση στη δουλειά του, σε αντίθεση με τις τουριστικές εργασίες που εάν δεν καταφέρει να ρυθμίσει τη διαθεσή του, μπορεί να του στοιχίσει και την ίδια του τη δουλειά. Ο τουρίστας επενδύει στις διακοπές του και πολλές φορές έρχεται με εξωπραγματικές προσδοκίες, περιμένει δηλαδή να λύσει τα δικά του προβλήματα μόνο με την ιδέα ότι πηγαίνει διακοπές. Ο εργαζόμενος λοιπόν συχνά αντιμετωπίζει τέτοιες καταστάσεις τις οποίες δεν ξέρει ούτε και έχει εκπαιδευτεί στο πως θα τις λύσει.

### 3.2.1 Λόγοι Επιλογής του Τουριστικού επαγγέλματος

Αφού ένας άνθρωπος επιλέξει ότι θέλει να ασχοληθεί με τον τομέα του τουρισμού έπειτα θα πρέπει να φοιτήσει σε κάποια αντίστοιχη σχολή για κάποιους μήνες ή και χρόνια. Πριν φτάσει όμως σε αυτό το στάδιο, το σίγουρο είναι πως θα υπάρχουν και κάποιοι λόγοι που τους έκαναν να επιλέξουν αυτή την κατεύθυνση είτε διαβάζοντας είτε ακούγοντας.

Ο τουρισμός είναι ένας κλάδος με παρόν και μέλλον, καθώς η γεωγραφική θέση, οι κλιματολογικές συνθήκες, οι ιστορικοί και πολιτιστικοί παράγοντες εξασφαλίζουν παγκόσμια, μια αξιοζήλευτη θέση στην κατανομή θέσης της εργασίας. Οι πολυσχιδείς τουριστικές δραστηριότητες στη χώρα μας, απασχολούν άμεσα και έμμεσα, μόνιμα ή εποχιακά όπως έχει προαναφερθεί, σχεδόν 1 εκατομμύριο εργαζόμενους. Με άλλα λόγια, ο τουρισμός είναι ο μεγαλύτερος εργοδότης της χώρας μας και ένας από τους σημαντικούς σε παγκόσμιο επίπεδο καθώς είναι ο πυλώνας πάνω στον οποίο στηρίζεται η πορεία και η ανάπτυξη του τόπου.

Ο τουρισμός περικλείει μια απίστευτα μεγάλη ποικιλία επαγγελμάτων. Για παράδειγμα μια ξενοδοχειακή μονάδα απασχολεί μόνο στο τμήμα δωματίων τις εξής ειδικότητες:

- Υπάλληλος υποδοχής
- Ειδικός κρατήσεων
- Ταμίες και προσωπικό λογιστικής υποστήριξης
- Οροφοκόμοι
- Προϊστάμενοι
- Γραφείο εξυπηρέτησης πελατών και δημοσίων σχέσεων
- Τηλεφωνητές
- Πωλητές
- Ειδικοί Marketing
- Διευθυντής

Για τον λόγο αυτό λοιπόν, η εκπαίδευση στα τουριστικά επαγγέλματα δεν είναι απλή ειδίκευση: αλλά πολυειδίκευση.

Τα  $\frac{3}{4}$  από τα επαγγέλματα του τουρισμού μιας και οι δραστηριότητες σε αυτόν είναι πολυπληθείς δεν αφήνουν περιθώρια για πλήξη, ανία και κορεσμό. Οι διαρκώς μεταβαλλόμενες συνθήκες του ανταγωνισμού και της παγκοσμιοποιημένης

οικονομίας καθιστούν συχνά σκόπιμη ή και αναγκαία την μετακίνηση του εργαζόμενου σε μια άλλη ειδικότητα. Μάλιστα, σύμφωνα με μια έρευνα που έχει πραγματοποιηθεί αποδεικνύει ότι οι νέοι που εισέρχονται τώρα στην αγορά εργασίας στον τουριστικό τομέα θα αλλάξουν κατά μέσο όρο επτά φορές θέσεις εργασίας. Τα τουριστικά επαγγέλματα λοιπόν, επιτρέπουν την κινητικότητα του εργαζόμενου έτσι ώστε να μεγιστοποιηθούν οι δυνατότητες και δεξιότητες του. Η κινητικότητα αυτή μπορεί να είναι μέσα στα περιθώρια της τουριστικής επιχειρήσης, δηλαδή με αλλαγή τμήματος ή πέραν αυτής με αλλαγή της μορφής της επιχείρησης, για παράδειγμα από μια ξενοδοχειακή επιχείρηση σε ένα τουριστικό γραφείο ή ακόμα και αλλαγή του τόπου ή και της χώρας. Είναι ιδιαίτερα γνωστά τα πλεονεκτήματα που συνεπάγονται από ένα επάγγελμα με κινητικότητα (αποφυγή ανεργίας, μεγαλύτερες απολαβές, καλύτερες συνθήκες εργασίας και ζωής).

Ένα άλλο πλεονέκτημα των τουριστικών επιχειρήσεων είναι ότι σε σύντομο χρονικό διάστημα, περίπου δέκα χρόνια, ένας απόφοιτος μπορεί να αναλάβει τη θέση του διευθυντή. Αξιοσημείωτο είναι ότι σε μια δειγματοληπτική έρευνα, το 1/3 των διευθυντών των τουριστικών επιχειρήσεων είναι κάτω των 35 χρονών και ένα άλλο τρίτο είναι κάτω των 45 ετών. Σε κανένα άλλο κλάδο της οικονομίας δε βλέπουμε τόσους πολλούς νέους ανθρώπους σε ηγετικές θέσεις μιας επιχείρησης. Συνεπώς, στην πληθώρα των επιλογών που προσφέρουν τα τουριστικά επαγγέλματα πρέπει να προστεθεί και η ταχύτητα της επαγγελματικής εξέλιξης ενός ατόμου.

Ο τουρισμός δεν απαιτεί προχωρημένες επιστημονικές ικανότητες και η τουριστική εκπαίδευση καλλιεργεί τόσο τα επαγγελματικά όσο και τα ακαδημαϊκά προσόντα. Αυτό που μετράει περισσότερο στα τουριστικά επαγγέλματα δεν είναι η "ακαδημαϊκή" νοημοσύνη αλλά η συναισθηματική νοημοσύνη, που περιλαμβάνει τον έλεγχο των συναισθημάτων και της συμπεριφοράς καθώς και τον σωστό χειρισμό των σχέσεων με άλλα άτομα. Δηλαδή μπορεί ο τουρισμός να είναι θέμα (ποιότητας) προϊόντος και σχέση μεταξύ τιμής και προϊόντος, αλλά πάνω από όλα, είναι θέμα ανθρωπίνων σχέσεων με τους πελάτες, (επικοινωνία). Η επικοινωνία που διαθέτει ένας άνθρωπος είναι από τα σημαντικότερα πλεονεκτήματα για την τουριστική βιομηχανία. Για τον λόγο αυτό λοιπόν, οι εργαζόμενοι στον τουρισμό, έχουν τη δυνατότητα να βρίσκονται σε στενή επαφή με τους πελάτες, να αναπτύσσουν και να ικανοποιούν την κοινωνικότητα τους. Στο εργασιακό περιβάλλον του τουρισμού, κυριαρχεί ο ανθρώπινος παράγοντας με «όπλα» την αισιοδοξία, το χαμόγελο, την διάθεση για δουλειά με απώτερο σκοπό την καλύτερη εξυπηρέτηση.



### **3.2.2Η Αρνητική πλευρά των τουριστικών επαγγελματιών**

Ο τουρισμός πέρα από τα πλεονεκτήματα, έχει και κάποια μειονεκτήματα. Έτσι λοιπόν, σε πολλές τουριστικές επιχειρήσεις, η εργασία είναι εποχιακή. Είναι ένα από τα σοβαρότερα μειονεκτήματα αυτού του κλάδου γιατί μειώνει το εισόδημα του εργαζόμενου κατά τους χειμερινούς μήνες (συνήθως). Βέβαια αυτό δεν ισχύει για όλες τις επιχειρήσεις (όπως ξενοδοχεία πόλεων, τουριστικά γραφεία) και δεν αφορά και όλο το προσωπικό (όπως κάποιο ανώτερο διοικητικό πρόσωπο, το τμήμα πωλήσεων και marketing). Επίσης σε ορισμένες περιόδους «αιχμής» για παράδειγμα γιορτές Χριστουγέννων, Πάσχα, Αύγουστο, υπάρχει ένταση και καμιά φορά αυξημένα ωράρια εργασίας. Αυτό έχει ως συνέπεια στον εργαζόμενο να μην του δίνεται η δυνατότητα να ξεκουραστεί ή και να κάνει διακοπές ο ίδιος. Ο τουρισμός επηρεάζεται από την οικονομική συγκυρία που υπάρχει και έτσι δημιουργούνται προβλήματα γι' αυτόν. Αλλά και πάλι από την οικονομική συγκυρία επηρεάζονται σχεδόν όλοι οι κλάδοι της οικονομίας συνεπώς και οι εναλλακτικές επιλογές είναι περιορισμένες. Επίσης, άλλο ένα μειονέκτημα που επηρεάζει τον κλάδο είναι από την πλευρά του ανθρώπου και τη νοοτροπία που έχει καμιά φορά να θεωρεί ότι είναι μειονεκτικό να εξυπηρετείς ένα πελάτη γιατί ο ίδιος θεωρεί τον εαυτό του υποδιαίστερο κάτι το οποίο είναι λάθος.

Ένα άλλο χαρακτηριστικό είναι ότι οι οικογένειες διαιρούνται. Όταν και οι δύο γονείς δουλεύουν σε τουριστικές επιχειρήσεις τα παιδιά περνούν το καλοκαίρι με τους συγγενείς. Αυτό συχνά οδηγεί σε ασυμφωνία για τον τρόπο διαπαιδαγώγησης με αναπόφευκτες συγκρούσεις. Επίσης τα παιδιά στερούνται τις απλές οικογενειακές στιγμές με τους γονείς τους. Υπάρχουν όμως και θετικές επιπτώσεις, όπως το ότι αυτά τα παιδιά είναι πιο κοινωνικά καθώς έρχονται σε επαφή με πολλούς ανθρώπους.

Τέλος, θα πρέπει να σημειώσουμε ότι η σύγκρουση μεταξύ εργαζόμενων και εργοδοτών είναι αρκετά έντονη και κάνει δυσκολότερη την εργασία το καλοκαίρι. Αυτό το θέμα είναι κοινό σε όλους τους επαγγελματικούς κλάδους, απλά στον τουριστικό τομέα είναι πιο δύσκολο, γιατί οι συνθήκες εργασίας είναι πιο επίπονες αλλά και γιατί η αποτελεσματική εργασία σε μία τουριστική επιχείρηση είναι αναγκαία καθώς έχει αντίκτυπο στην προβολή του τουρισμού της χώρας μας.

### 3.3 Προτάσεις

Είναι απαραίτητη η παροχή ψυχολογικής στήριξης στον εργαζόμενο σε κάθε είδους και μεγέθους τουριστικής επιχείρησης. Το άγχος της εργασίας είναι πολύ μεγάλο και θα πρέπει να γίνονται συχνές συναντήσεις όλων των εργαζομένων ώστε να συζητιούνται τα προβλήματα που προκύπτουν. Σε περιπτώσεις που υπάρχουν μεγάλες εντάσεις είναι χρήσιμη η παρέμβαση κάποιου ειδικού.

Επίσης, είναι αναγκαίο για τα διοικητικά στελέχη να παρακολουθούν σεμινάρια ανθρωπίνου δυναμικού ώστε να μπορούν να αντιμετωπίζουν τα προβλήματα τόσο στις μεταξύ των εργαζομένων σχέσεις όσο και μεταξύ των εργαζομένων και των πελατών. Είναι καλό να γίνεται σωστός επαγγελματικός προσανατολισμός ώστε όποιος ασχοληθεί με οποιαδήποτε εργασία στον τουριστικό τομέα, να του ταιριάζει.

Τέλος, θα πρέπει οι εργαζόμενοι να εκμεταλλεύονται την κάθε ευκαιρία για να κάνουν πράγματα για τον εαυτό τους με την πλήρη αξιοποίηση των ρεπό. Συχνά υπάρχουν ιδιοκτήτες επιχειρήσεων που παραπονιούνται ότι δεν έχουν ελεύθερο χρόνο και μόλις κάποιος τους προτείνει εναλλακτικές λύσεις, λένε κατηγορηματικά «αυτό δεν γίνεται». Με σωστό οργανόγραμμα της επιχείρησης, όπου υπάρχουν ξεκάθαροι ρόλοι και ευθύνες, τα πάντα είναι δυνατά.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΣΤΑΔΙΟΔΡΟΜΙΑ

### 4.1 Κίνητρα επιλογής για τουριστικές σπουδές

Λίγες έρευνες έχουν πραγματοποιηθεί, με σκοπό να δει κανείς τους παράγοντες εκείνους από τους οποίους παρακινούνται οι νέοι για να σπουδάσουν αντικείμενα σχετικά με τον τουρισμό. Οι πιο γνωστές έρευνες που έχουν πραγματοποιηθεί είναι:

1. Από τους Airey και Frontistis (πίνακας 5.2, 1997),<sup>4</sup>

---

<sup>4</sup>[http://books.google.gr/books?id=eQp1t\\_IHgzwC&pg=PA75&lpg=PA75&dq=airey+%26+frontistis+tourism+management&source=bl&ots=uJV31ox2\\_n&sig=t5WikysJp4hmFYKqCQptktvQA&hl=el&sa=X&ei=6Zj1UJmK](http://books.google.gr/books?id=eQp1t_IHgzwC&pg=PA75&lpg=PA75&dq=airey+%26+frontistis+tourism+management&source=bl&ots=uJV31ox2_n&sig=t5WikysJp4hmFYKqCQptktvQA&hl=el&sa=X&ei=6Zj1UJmK)

## 2. Schmidt (2002).

Οι οποίοι καταλήγουν σε ένα κοινό συμπέρασμα, πως οι κύριοι λόγοι για τους οποίους οι φοιτητές επέλεξαν να ακολουθήσουν εκπαιδευτικά προγράμματα για το τουριστικό επάγγελμα, ήταν η συμμετοχή της βιομηχανίας στη οικονομική ανάπτυξη, τα πιθανά κοινωνικο-πολιτιστικά οφέλη που συνδέονται με τον τουρισμό καθώς και η προσφορά δελεαστικών προοπτικών επαγγελματικής εξέλιξης. Ο Schmidt (2002) προχώρησε σε μια κατηγοριοποίηση των παραγόντων που επηρεάζουν την επιλογή των τουριστικών σπουδών, καταλήγοντας στους εξής παράγοντες:

- 1) Προσωπικοί παράγοντες
- 2) Δημογραφικοί παράγοντες (φύλο, ηλικία, φυλή κ.α)
- 3) Κοινωνικοί παράγοντες (κοινωνική τάξη)
- 4) Ψυχολογικοί παράγοντες (κίνητρα, τρόπος ζωής)

Σύμφωνα με τον Zhao (1991), ένας επίσης σημαντικός παράγοντας για τον οποίο οι φοιτητές επιθυμούν να ακολουθήσουν τουριστικές σπουδές είναι πως τα τουριστικά επαγγέλματα γενικά θεωρούνται πιο αποδεκτά στην κοινωνία.

Μια έρευνα του 1997 από τους Airey και Frontistis απέδειξε πως τα κίνητρα των φοιτητών να σπουδάσουν κάποιο τουριστικό επάγγελμα μπορεί να διαφέρει ανάλογα με την καταγωγή. Έτσι, για παράδειγμα, μεταξύ Ελλήνων και Βρετανών φοιτητών, η έρευνα απέδειξε ότι οι Έλληνες σπουδαστές είχαν πιο θετική άποψη από τους Βρετανούς για τα τουριστικά επαγγέλματα. Από ότι φαίνεται αυτό οφείλεται στο διαφορετικό κοινωνικό καθεστώς και στις διαφορετικές εμπειρίες που έχουν αποκομίσει γενικότερα.

## **4.2 Γιατί αξίζει μια σταδιοδρομία στα τουριστικά επαγγέλματα**

Το πιο σημαντικό κεφάλαιο της Ελληνικής οικονομίας και η πιο βαριά βιομηχανία της πατρίδας μας είναι αδιαμφισβήτητα ο Τουρισμός. Είναι ένας κλάδος που έχει όχι μόνο παρόν, αλλά και μέλλον. Η γεωγραφική θέση, οι κλιματολογικές συνθήκες, οι ιστορικοί και πολιτιστικοί παράγοντες εξασφαλίζουν στο τουριστικό μέλλον της χώρας μια διαλεχτή θέση στην παγκόσμια κατανομή της εργασίας. Η

τουριστική δραστηριότητα δεν μπορεί παρά να αυξηθεί, καθώς εκατομμύρια άνθρωποι βελτιώνουν κάθε χρόνο την οικονομική τους κατάσταση και μπορούν να γνωρίσουν τον κόσμο και να απολαύσουν ένα ταξίδι. Όλες οι προβλέψεις και οι επιστημονικές αναλύσεις δίνουν στον τουρισμό μερικούς από τους ταχύτερους ρυθμούς ανάπτυξης και οι πολυσχιδείς τουριστικές δραστηριότητες στη χώρα μας απασχολούν άμεσα και έμμεσα, μόνιμα ή εποχιακά, σχεδόν 1 εκατομμύριο εργαζόμενους. Ο τουρισμός περικλείει μια απίστευτα μεγάλη ποικιλία επαγγελμάτων. Κανένας άλλος κλάδος της οικονομίας δεν προσφέρει τόσο μεγάλο αριθμό επαγγελμάτων και τόσες δυνατότητες επιλογών και συνδυασμών.

Όπως έχει επισημανθεί και τονιστεί και σε προηγούμενες σελίδες, ο τουρισμός εκτός από σημαντικό κλάδο της οικονομικής δραστηριότητας είναι ταυτόχρονα και ένας σημαντικός εργοδότης που ταυτόχρονα δημιουργεί νέες θέσεις εργασίας. Αυτή η αύξηση και ζήτηση οδηγεί τους νέους στο να επιλέξουν την τουριστική βιομηχανία ως χώρο για την επαγγελματική τους κατάρτιση.

Το προσωπικό λοιπόν, που δουλεύει στην τουριστική βιομηχανία θα πρέπει να διαθέτει ορισμένες ικανότητες. Αυτές μεταξύ άλλων είναι η ικανότητα εκπλήρωσης των καθηκόντων, η ικανότητα στην λήψη αποφάσεων σχετικά πάντα με την ικανοποίηση επιθυμιών του κάθε πελάτη ξεχωριστά, η κατοχή ειδικών γνώσεων, η κριτική ικανότητα, η ικανότητα να αναλύει την κατάσταση σε έναν πελάτη και τέλος και πιο σημαντικό να μπορεί να επικοινωνεί. Έχοντας όλες αυτές τις ικανότητες και δεξιότητες ο νέος άνθρωπος θα μπορέσει να έχει μια πετυχημένη επαγγελματική εξέλιξη. Ο τρόπος της επαφής των υπαλλήλων με τους πελάτες παίζει σημαντικό ρόλο στη δημιουργία καλής εικόνας της επιχείρησης, προωθεί πιο αποτελεσματικά τα προϊόντα και τις υπηρεσίες και δημιουργεί και μεγαλύτερο ανταγωνισμό.

Το 2009 ήταν μια δύσκολη χρονιά. Δεν ήταν μόνο το μέγεθος της οικονομικής κρίσης, αλλά και η αποτυχία προβλεψής της. Όσο περνούσε ο καιρός, τόσο άλλαζαν και οι προβλέψεις για την παγκόσμια οικονομική μεγένθυση, την ανεργία και τον πληθωρισμό. Συνεπώς, διεθνείς οργανισμοί, που είναι επιφορτισμένοι με την παροχή προβλέψεων, αναπροσάρμοζαν προς το χειρότερο τις προγνώσεις τους για τον παγκόσμιο τουρισμό. Περί τα μέσα του 2009 σταθεροποιούνταν οι προβλέψεις, τόσο οι οικονομικές όσο και οι τουριστικές. Το δεύτερο εξάμηνο του 2009 άρχισαν να δίνονται προβλέψεις για το χρόνο ανάκαμψης, δηλαδή της περιόδου εξόδου από την οικονομική κρίση και τουριστική.

Η συζήτηση και οι προβλέψεις για την οικονομική κρίση έχουν αντίκτυπο και στην συζήτηση και τις προβλέψεις για τις τουριστικές αφίξεις, τις άμεσες και τις μακροχρόνιες. Ο τουρισμός είναι άρρηκτα συνδεδεμένος με την οικονομική μεγένθυση και ανάπτυξη. Η αύξηση του πραγματικού διαθέσιμου κατά κεφαλήν εισοδήματος είναι ο πιο σημαντικός προσδιοριστικός παράγοντας της αύξησης της παγκόσμιας τουριστικής κίνησης. Αυτός είναι και ο λόγος που όλοι οι σοβαροί αναλυτές της τουριστικής αγοράς εστιάζουν την προσοχή τους στην αύξηση των εισοδημάτων σε παγκόσμιο επίπεδο.. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελούν η Κίνα, η Ινδία αλλά και η Ρωσία. Σύμφωνα με πολλούς εκτιμητές, οι χώρες αυτές αναμένεται να έχουν μεγάλη οικονομική μεγένθυση τις επόμενες δεκαετίες για μια σειρά από λόγους, όπως η εφαρμογή καινοτόμων τεχνολογιών, οι επενδύσεις σε ανθρώπινο και φυσικό κεφάλαιο και το μέγεθος της απασχόλησης (πληθυσμού).

**Πίνακας 2: Τα οφέλη και το κόστος που προκύπτουν από την ανάπτυξη των τουριστικών δραστηριοτήτων σε μια τοπική οικονομία**

Οφέλη	Κόστος
Δημιουργία απασχόλησης	Πολλά επαγγέλματα έχουν χαμηλές αμοιβές και είναι εποχιακά
Προώθηση του εισοδήματος σε τοπικό επίπεδο οικονομίας μέσω πολλαπλής επίδρασης	Ευκαιριακό κόστος, δέσμευση χρημάτων στον τουρισμό
Συμβολή στη διατήρηση της τοπικής οικονομίας	Κυκλοφοριακή συμφόρηση
Δημιουργία εσωτερικών και βιομηχανικών επενδύσεων	Η ανάγκη για ακριβές επενδύσεις σε έργα υποδομών που ίσως να χρειάζονται μόνο εποχικά
Επαναγέννηση και δόμηση της οικονομίας των πόλεων όπου η οικονομία βρίσκεται σε κάμψη	Υπέρ εξάρτηση από τον τουρισμό με αποτέλεσμα η τοπική κοινωνία να είναι τρωτή λόγω των συνεχών αλλαγών της τουριστικής αγοράς

**Πηγή:** Swarbrooke J. (1999), Sustainable Tourism Management , CABI Publishing, London,p.61

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

### 5.1 Εισαγωγή

Η πρωτογενής έρευνα είναι μια συστηματική διαδικασία συλλογής επεξεργασίας, ανάλυσης και ερμηνείας δεδομένων τα οποία βάσει συγκεκριμένων κριτηρίων αφορούν συγκεκριμένα αντικείμενα, με απώτερο στόχο την παροχή χρήσιμων πληροφοριών (Βεργίδης,1999). Το αντικείμενο της έρευνας αφορά τη διατύπωση ενός προβλήματος και έπειτα τη διασαφήνιση των όρων του. Η εγκυρότητα της ερευνητικής διαδικασίας, δηλαδή τα αποτελέσματά της, διασφαλίζεται μόνο όταν η μεθοδολογία της πραγματοποιείται μέσω τεχνικών και εργαλείων τα οποία είναι αποδεκτά από την επιστημονική κοινότητα. Η συλλογή και η ανάλυση πληροφοριών είναι αναγκαία για τη σωστή κατανόηση της δομής και της δυναμικής της τουριστικής αγοράς.

Η έρευνα αγοράς που γίνεται σε αυτές τις περιπτώσεις, σύμφωνα με ένα περιεκτικό ορισμό από τη Βρετανική Market Research Society (Chisnal,1986) είναι «ο τρόπος με τον οποίο αυτοί που παρέχουν προϊόντα και υπηρεσίες παραμένουν σε στενή επαφή με τις ανάγκες και επιθυμίες αυτών που αγοράζουν και χρησιμοποιούν αυτά τα προϊόντα και υπηρεσίες».

Βασικό μέρος της ερευνητικής δραστηριότητας αποτελεί η ανάπτυξη μιας αποτελεσματικής ερευνητικής στρατηγικής ή σχεδιασμού. Έτσι θα συγκεκριμενοποιηθούν οι καταλληλότερες μέθοδοι έρευνας, τα είδη των ερευνητικών μέσων, το σχέδιο δειγματοληψίας και οι τύποι στοιχείων (ποιοτικά ή ποσοτικά στοιχεία). Ο σωστός σχεδιασμός της έρευνας θέτει το πλαίσιο αναφοράς για όλη την ερευνητική διαδικασία.

Η ερευνητική μεθοδολογία που ακολουθήθηκε ήταν η αναζήτηση των λόγων επιλογής (των φοιτητών) του τουρισμού ως εκπαιδευτική κατεύθυνση, τα κίνητρα και τις προσδοκίες τους για την εργασία στην τουριστική βιομηχανία. Το πρώτο βήμα λοιπόν, αποτελεί ο προσδιορισμός των σκοπών. Έπειτα παρουσιάζεται η διαμόρφωση της έρευνας και οι διαδικασίες που ακολουθήθηκαν για την διεξαγωγή της. Επίσης, αναφέρεται η φύση της έρευνας, το δείγμα, ο τρόπος επιλογής των δεδομένων. Τέλος, γίνεται μια εκτενής περιγραφή και σχολιασμός των μεθόδων ανάλυσης αλλά και τυχόν περιορισμοί που εμφανίστηκαν κατά τη διάρκεια της διεξαγωγής της έρευνας.

Ανακεφαλαιώνοντας, σκοπός του κεφαλαίου αυτού είναι να παρουσιαστεί η μεθοδολογία που ακολουθήθηκε μέσω της περιγραφής, της παρουσίασης και της ερμηνείας των αποτελεσμάτων.

## 5.2 Σκοπός Έρευνας

Βασικός σκοπός της έρευνας είναι να ερευνηθούν οι λόγοι για τους οποίους οι νέοι επιλέγουν τον τουριστικό τομέα για να σπουδάσουν, τα κίνητρα αλλά και ποιες οι προσδοκίες τους. Η έρευνα λοιπόν διερευνά τα εξής:

- Τις απόψεις των φοιτητών σε τουριστικές σχολές για τα χαρακτηριστικά του τουριστικού επαγγέλματος
- Τα κίνητρα από τα οποία παρακινήθηκαν για την επιλογή
- Οι προσδοκίες των φοιτητών για το τουριστικό επάγγελμα

Για να δοθούν απαντήσεις στα προηγούμενα, πρώτα θα πρέπει να δοθεί η διεξαγωγή πρωτογενούς έρευνας σε φοιτητές του Τει Πατρών. Τα απαιτούμενα στοιχεία συλλέχθηκαν από τους φοιτητές του Τει Πατρών που σπουδάζουν ή που αποφοίτησαν πρόσφατα από το τμήμα Τουριστικών Επιχειρήσεων.

## 5.3 Φύση Έρευνας

Τρεις είναι οι διακρίσεις στις οποίες χωρίζεται η έρευνα σχετικά με τα τουριστικά ζητήματα και αυτές είναι: 1) τα περιγραφικά σχέδια, 2) οι αιτιολογικές μελέτες, 3) τα σχέδια εξερεύνησης. Τα περιγραφικά σχέδια είναι αυτά που βασίζονται στην προϋπάρχουσα καλή γνώση των συνιστάμενων της αγοράς και απαντάνε συνήθως σε ερωτήσεις που αφορούν «ποιος», «πού», «πότε», «γιατί». Με τις αιτιολογικές μελέτες επιχειρείται η αναγνώριση των παραγόντων που επηρεάζουν τη συμπεριφορά της αγοράς και η αξιολόγηση των μεταξύ τους σχέσεων. Οι αιτιολογικές μελέτες απαντούν σε ερωτήσεις του τύπου «πώς», «γιατί». Τέλος, τα σχέδια εξερεύνησης στοιχείων στοχεύουν στην αναγνώριση της αληθινής φύσης των

προβλημάτων που ερευνούνται και στη θέσπιση σχετικών υποθέσεων οι οποίες θα είναι δυνατόν να ελεγχθούν στο μέλλον (Χρήστου,1999, σελ.48-50).

Με βάση λοιπόν όσα προαναφέρθηκαν, η έρευνα αυτής της μελέτης που γίνεται θα είναι επεξηγηματική και θα προσπαθήσει να εξετάσει τις απόψεις των φοιτητών του τουρισμού καθώς επίσης και την στάση τους απέναντι στην εργασία της τουριστικής βιομηχανίας. Μέσω αυτής της έρευνας θα αναδειχθούν οι λόγοι επιλογής της τουριστικής κατεύθυνσης, τα κίνητρα και οι προσδοκίες. Επίσης, ένα άλλο βασικό χαρακτηριστικό το οποίο είναι εξίσου σημαντικό να αναφερθεί, είναι πως η έρευνα που χρησιμοποιήθηκε είναι ποσοτική. Λέγοντας ποσοτική έρευνα εννοούμε την έρευνα που βασίζεται στη στατιστική ανάλυση. Σε αυτή την έρευνα έχουν χρησιμοποιηθεί μαθηματικές μέθοδοι για την εξαγωγή των συμπερασμάτων σχετικά με ένα πληθυσμό ατόμων χωρίς να εξεταστούν όλες οι απόψεις αυτών, εξετάζεται μόνο ένα επιλεγμένο κομμάτι του πληθυσμού, το δείγμα. Τα χαρακτηριστικά αυτής της έρευνας είναι τα εξής: α) χρησιμοποίηση της θεωρίας των πιθανοτήτων, β) χρήση ίδιων ακριβώς ερωτήσεων προς όλα τα άτομα του δείγματος, γ) διατύπωση συμπερασμάτων με βάση τη στατιστική ανάλυση των στοιχείων και δ) η μέτρηση των απόψεων και συμπεριφορών με προκαθορισμένες κλίμακες (Χρήστου,1999, σελ 41).

Ένα άλλο χαρακτηριστικό που πρέπει εξίσου να αναφερθεί είναι ότι η συγκεκριμένη έρευνα είναι πρωτογενής και αυτό γιατί διαθέτει όλα εκείνα τα στοιχεία που την προϋποθέτουν. Δηλαδή, τα στοιχεία που συγκεντώθηκαν είναι πρωτότυπα και συγκεντρώθηκαν για την λύση κάποιου συγκεκριμένου τουριστικού ζητήματος, με έναν από τους 4 κύριους τρόπους συλλογής πρωτογενών στοιχείων (Chisnal ,1986)

- Η χρήση ερωτηματολογίου (questionnaire survey)
- Οι συνεντεύξεις σε βάθος (dept survey)
- Η μέθοδος της παρατήρησης (observation)
- Ο πειραματισμός (experimentation)

Τέλος, η έρευνα πραγματοποιήθηκε με δομημένο ερωτηματολόγιο, βασισμένο το μεγαλύτερο μέρος του στη χρήση της κλίμακας Likert, για την αξιολόγηση του βαθμού συμφωνίας ή διαφωνίας των ερωτηθέντων απέναντι στο συγκεκριμένο θέμα.



## 5.4 Σχεδιασμός Ερωτηματολογίου

Το ερωτηματολόγιο είναι το πλέον διαδεδομένο ερευνητικό εργαλείο που χρησιμοποιείται για την συλλογή στοιχείων. Με τη βοήθεια πολλών και διαφόρων ερωτήσεων δίνονται απαντήσεις σε διάφορα ζητήματα. Οι ερωτήσεις στην ουσία αντιπροσωπεύουν τους στόχους που έχουν τεθεί εξ' αρχής και έτσι μέσω των απαντήσεων εκφράζονται οι απόψεις σχετικά με το ζήτημα.

Ο σχεδιασμός ενός ερωτηματολογίου πρέπει να γίνεται πολύ προσεκτικά και να ανταποκρίνεται σε συγκεκριμένα ποιοτικά πρότυπα. Το σημαντικότερο πλεονέκτημα των ερωτηματολογίων σε σχέση με άλλες ερευνητικές μεθόδους είναι ότι αποτελεί μεγάλη ευελιξία και προσαρμοστικότητα. Και για το λόγο αυτό, ο σχεδιασμός των ερωτήσεων και η σειρά τους δεν είναι απλή υπόθεση. Οι ερωτήσεις αποτελούν την πρώτη ύλη για τα ερωτηματολόγια και κατά συνέπεια από αυτές εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό η ποιότητα των αποτελεσμάτων έρευνας. Το περιεχόμενο ενός ερωτηματολογίου αναπτύσσεται έχοντας σαν οδηγό τους, τους στόχους του ερευνητικού προγράμματος. Με τον τρόπο αυτό οι ερωτήσεις που χρησιμοποιήθηκαν, στόχευαν στην παροχή απαντήσεων στα ζητήματα της έρευνας (Χρήστου,1999,σελ.130). Οι ερωτήσεις όμως μπορεί να είναι δύο ειδών. Ανοιχτού και κλειστού τύπου. Λέγοντας ανοιχτού είναι οι ερωτήσεις που επιτρέπουν στον ερωτηθέντα να απαντήσει χρησιμοποιώντας δικά του λόγια, ενώ στις κλειστού τύπου ερωτήσεις όλο το εύρος των απαντήσεων είναι αυστηρά περιορισμένο.

Το πρώτο βήμα για ικανοποιητική διεξαγωγή της μελέτης είναι η έκθεση των ειδικών σκοπών-στόχων που θα επιτευχθούν με το ερωτηματολόγιο. Τα ερωτηματολόγια διακρίνονται σε δύο βασικές κατηγορίες (Χρήστου,1999,σελ.144):

α) Τα δομημένα τα οποία παρέχουν συγκεκριμένες και ακριβείς ερωτήσεις οι οποίες έχουν στόχο τη λήψη σαφών απαντήσεων. Οι εναλλακτικές απαντήσεις που μπορούν να δοθούν συνήθως είναι προκαθορισμένες και αποτελούν μέρος του ερωτηματολογίου. Χρησιμοποιούνται κυρίως για τη συγκέντρωση ποσοτικών στοιχείων.

β) Τα μη δομημένα, που χρησιμοποιούνται στη συλλογή ποιοτικών ερευνών. Εδώ δεν περιορίζεται το εύρος των απαντήσεων που μπορούν να δοθούν και μπορούν να περιέχουν πολλές εναλλακτικές ερωτήσεις από τις οποίες επιλέγονται οι καταλληλότερες.

Στη συγκεκριμένη έρευνα επιλέχτηκε η χρήση δομημένου ερωτηματολογίου, στο οποίο βασικός στόχος ήταν η κατανόηση των ερωτήσεων, για αυτό τον λόγο ήταν σύντομες και απλές και είχαν μια αριθμητική κλίμακα. Οι κλίμακες αξιολόγησης όπως λέγονται, χρησιμοποιούνται όταν το ενδιαφέρον της έρευνας δεν περιορίζεται στην εξέταση της συμφωνίας ή διαφωνίας των υποκείμενων της έρευνας με μια άποψη, αλλά εστιάζει και στον βαθμό αποδοχής της άποψης αυτής (Μπεχράκης,1999). Η κλίμακα μέτρησης που χρησιμοποιήθηκε στην έρευνα ονομάζεται Likert. Στόχος της είναι η μέτρηση των απόψεων των ερωτηθέντων ώστε να επιλέξουν μία από τις πιθανές απαντήσεις των ερωτήσεων. Με τη βοήθεια της κλίμακας αυτής, στην έρευνα μπόρεσε να αποδοθεί μια συνολική βαθμολογία στις απαντήσεις.

Στα ερωτηματολόγια χρησιμοποιούνται συνήθως όπως έχει προαναφερθεί ερωτήσεις ανοιχτές και κλειστές. Οι ανοιχτές επιτρέπουν στον ερωτηθέντα να

- απαντήσει με δικά του λόγια
- είναι ιδιαίτερα χρήσιμες στο ερευνητικό πεδίο
- είναι αρκετά ενδιαφέρουσες λόγω της αυθόρμητης φύσης των απαντήσεων
- υπάρχουν δυσκολίες στην κωδικοποίηση και την ποσοτική ανάλυση των απαντήσεων.

Από την άλλη μεριά, οι κλειστού τύπου ερωτήσεις

- Έχουν αυστηρά δομημένο εύρος των απαντήσεων τους
- Υπάρχει λίστα με συγκεκριμένες απαντήσεις
- Είναι ιδιαίτερα δημοφιλής στις ποσοτικές έρευνες διότι μπορεί εύκολα να γίνει η αποδικοποίηση των απαντήσεων
- Εύκολη ανάλυση και επεξεργασία των αποτελεσμάτων με την χρήση υπολογιστικών μέσων (Χρήστου, 1999,σελ.145,149)

Το συγκεκριμένο ερωτηματολόγιο αυτής της έρευνας, βασίστηκε κυρίως σε ερωτήσεις κλειστού τύπου εκτός δύο ερωτήσεων που ήταν ανοιχτού τύπου και που έτσι δόθηκε η δυνατότητα στους ερωτηθέντες να εκφράσουν την προσωπική τους άποψη. Η πρώτη ερώτηση ανοιχτού τύπου έχει να κάνει με τους λόγους για τους οποίους οι ερωτηθέντες επέλεξαν να ακολουθήσουν επαγγελματική σταδιοδρομία στον τουρισμό, και η δεύτερη με τις προσδοκίες από τον τουριστικό τομέα. Δύο ερωτήσεις αρκετά σημαντικές με ιδιαίτερα ενδιαφέρουσες απόψεις-απαντήσεις.

## 5.5 Δομή Ερωτηματολογίου

Αφού τέθηκαν οι στόχοι της έρευνας έπειτα, δημιουργήθηκαν και οι ερωτήσεις. Το σύνολο των ερωτήσεων ανέρχεται στις 22 οι οποίες βέβαια χωρίζονται σε 3 ομάδες.

Η πρώτη ομάδα αφορά τα γενικά χαρακτηριστικά των ερωτηθέντων όπως δημογραφικά, τουριστική εκπαίδευση αν ήταν πρώτη επιλογή σπουδών, αν υπάρχει ιδιοκτησία κάποιας τουριστικής επιχείρησης και αν ναι τί είδους επιχείρηση.

Η δεύτερη ομάδα αφορά τις διαστάσεις της εργασίας σε επίπεδο ανθρωπίνων σχέσεων.

Η τρίτη ομάδα αφορά τη σταδιοδρομία των σπουδαστών στον τουρισμό και τη στάση τους απέναντι στο περιβάλλον και τις συνθήκες εργασίας.

Οι περισσότερες από τις ερωτήσεις ανήκουν στην κλίμακα Likert ενώ οι δύο τελευταίες ερωτήσεις είναι ανοιχτού τύπου και μία από τις ερωτήσεις αφορά εισαγωγή αριθμού. Ολόκληρο το ερωτηματολόγιο παρουσιάζεται στο Παράρτημα Α.

## 5.6 Επιλογή Δείγματος

Για την διεξαγωγή μιας έρευνας απαραίτητο εργαλείο είναι η συμμετοχή όλων όσων θεωρούνται και κρίνονται κατάλληλοι να απαντήσουν το ερωτηματολόγιο. Αυτοί οι οποίοι κρίνονται κατάλληλοι αποτελούν τον πληθυσμό και η διαδικασία λέγεται απογραφή πληθυσμού. Και τα άτομα αυτά είναι το λεγόμενο δείγμα.

Το δείγμα αποτελεί ένα τμήμα μόνο του πληθυσμού που πρέπει να ερευνηθεί. Ο καθορισμός του πληθυσμού<sup>5</sup> μπορεί να γίνεται με γεωγραφικά, ψυχογραφικά ή άλλα κριτήρια. Αντί να γίνεται απογραφή, ερευνάται μόνο ένα επιλεγμένο κομμάτι του πληθυσμού (το δείγμα) και τα στοιχεία που συγκεντρώνονται ανάγονται σε ολόκληρο τον πληθυσμό. (Χρήστου, 1999, σελ.97)

Στη ποσοτική έρευνα είναι σημαντικό το δείγμα να είναι αντιπροσωπευτικό έτσι ώστε τα αποτελέσματα που διεξάγονται από την έρευνα να μπορούν να γενικεύονται

---

<sup>5</sup> Πληθυσμός: σύνολο με χαρακτηριστικά τα οποία μπορούν να κατηγοριοποιηθούν και να αναλυθούν ανάλογα με τις ανάγκες της έρευνας (Χρήστου, 1999, σελ.97)

στον πληθυσμό. Υπάρχουν δύο είδη μεθόδων δειγματοληψίας που μπορεί να χρησιμοποιήσει ο ερευνητής α) η τυχαία δειγματοληψία η οποία βασίζεται στην αποδοχή της αρχής ότι το κάθε άτομο ενός πληθυσμού έχει μη μηδενικές πιθανότητες να συμπεριληφθεί στο δείγμα (Χρήστου,1999,σελ.108) και β) η μη τυχαία ή κατευθυνόμενη δειγματοληψία όπου έτσι χαρακτηρίζεται η τεχνική κατά την οποία το κάθε άτομο ενός πληθυσμού δεν έχει την ίδια πιθανότητα να εμφανιστεί στο δείγμα (Χρήστου,1999,σε.112).

Ο πληθυσμός που «χρησιμοποιήθηκε» ήταν φοιτητές του τμήματος Τουριστικών Επιχειρήσεων της σχολής Διοίκησης και Οικονομίας του Τεχνολογικού Εκπαιδευτικού Ιδρύματος Πατρών όπου σπουδάζουν τώρα ή έχουν αποφοιτήσει πρόσφατα (1 χρόνο πριν). Η διανομή του ερωτηματολογίου έγινε ηλεκτρονικά και υπήρχε περιθώριο για απαντήσεις 3 εβδομάδες. Το σύνολο των σπουδαστών που αναποκρίθηκαν στο ερωτηματολόγιο ήταν 70 άτομα.

## **5.7 Μέθοδοι Ανάλυσης**

Η ανάλυση των δεδομένων που συλλέχθηκαν έγινε με την χρήση του ηλεκτρονικού ερωτηματολογίου. Η ανάλυση βασίστηκε στην εξαγωγή ορισμένων περιγραφικών στατιστικών δεικτών, με την βοήθεια πινάκων συχνότητας (ιδιαίτερα όσον αφορά τα προσωπικά στοιχεία των συμμετεχόντων στην έρευνα και των μέσων όρων).

## **5.8 Συμπεράσματα Κεφαλαίου**

Στο κεφάλαιο αυτό, αναφέρθηκε η μεθοδολογία που ακολουθήθηκε για την ολοκλήρωση της έρευνας σχετικά με την συγκεκριμένη μελέτη. Έτσι, χρησιμοποιήθηκε πρωτογενής και δευτερογενής έρευνα. Η δευτερογενής έρευνα στηρίχτηκε στις βιβλιογραφίες και η πρωτογενής, στηρίχτηκε στη μεθοδολογία, με την χρήση ερωτηματολογίου, συγκεκριμένου δείγματος και στην χρησιμοποίηση συγκεκριμένων διαδικασιών δειγματοληψίας. Μετά την συμπλήρωση του ερωτηματολογίου που διανεμήθηκε ηλεκτρονικά, έγινε η απαραίτητη επεξεργασία για την εξαγωγή και ανάλυση των δεδομένων με σκοπό βέβαια την επίτευξη των αρχικών στόχων που είχαν τεθεί.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6: ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

### Ομάδα Α'-Δημογραφικά

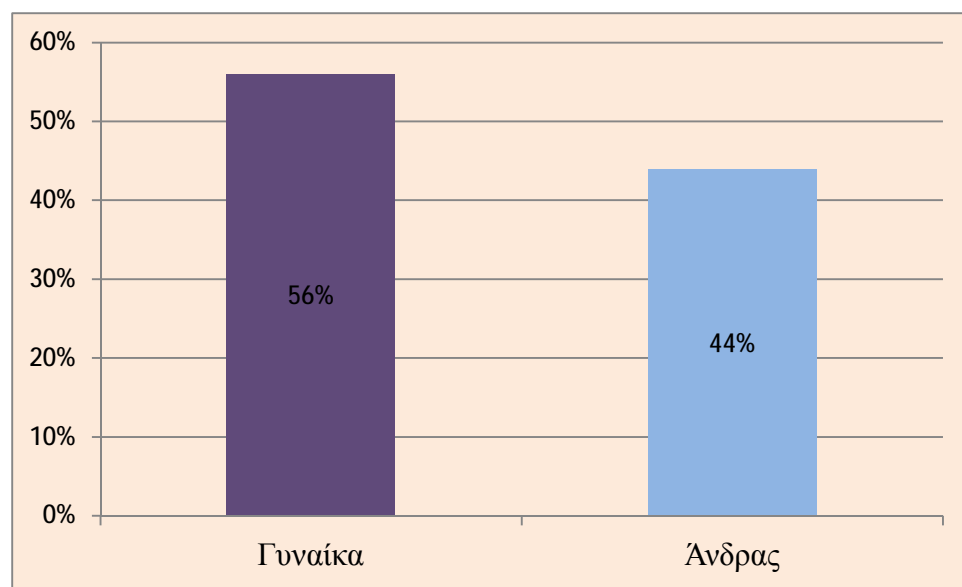
**Ερώτηση 1.** Παρακαλώ επιλέξτε το σχετικό κουτί

**Απάντηση.**

Απάντηση	Μέτρηση	Ποσοστό
Γυναίκα (F)	39	55.71%
Άνδρας (M)	31	44.29%

**Σχόλια:** Παρατηρούμε ότι στο ερωτηματολόγιο οι περισσότερες ήταν γυναίκες που απάντησαν σύνολο 39 και λίγοι λιγότεροι άνδρες 31. Το σύνολο των απαντήσεων που δόθηκαν ήταν 70.

### Σχεδιάγραμμα:



Πίνακας 1 Γράφημα-Ραβδόγραμμα: επιλογή φύλου

**Ερώτηση 2.** Τί ηλικία έχετε; Επιλέξτε το σχετικό κουτί

**Απάντηση.**

Υπολογισμός	Αποτέλεσμα
Μέτρηση	70
Άθροισμα	1580
Τυπική απόκλιση	0.9
Μέσος όρος	22.57
Ελάχιστο	20
1ο τεταρτημόριο (Q1)	22
2ο τεταρτημόριο (Q2)	22
3ο τεταρτημόριο (Q3)	23
Μέγιστο	25

**Σχόλια:** Παρατηρούμε ότι η μικρότερη ηλικία των ατόμων που απάντησαν είναι η ηλικία των 20 ετών και η μεγαλύτερη ηλικία είναι τα 25. Η μέση ηλικία είναι τα 22 χρόνια. Λογικό αφού το δείγμα μας είναι άτομα που σπουδάζουν ακόμα στο Τει Πατρών.

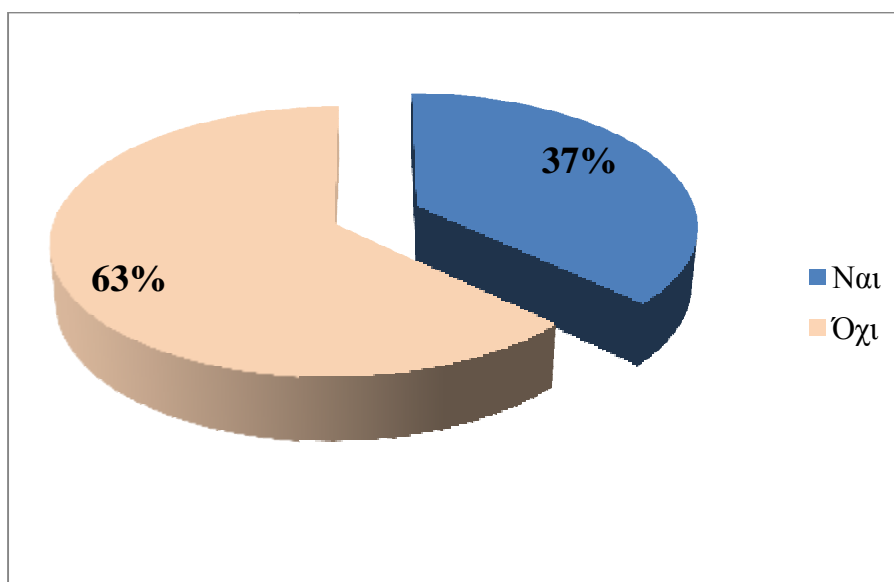
**Ερώτηση 3.** Η τουριστική εκπαίδευση ήταν η πρώτη σας επιλογή;

**Απάντηση.**

Απάντηση	Μέτρηση	Ποσοστό
Ναι (Υ)	26	37.14%
Όχι (Ν)	44	62.86%

**Σχόλια:** Παρατηρούμε ότι ένα μεγάλο ποσοστό απάντα πως η τουριστική εκπαίδευση ΔΕΝ ήταν η πρώτη του επιλογή με ποσοστό 63% περίπου, ενώ μόνο το 37% δήλωσε ότι η τουριστική εκπαίδευση ήταν η πρώτη του επιλογή. Κάτι το οποίο μας κάνει ιδιαίτερη εντύπωση και που ήταν κάτι μη αναμενόμενο.

**Σχεδιάγραμμα:**



**Γράφημα-πίτα:** Εάν είναι πρώτη επιλογή ο τουρισμός

**Ερώτηση 4.** Η οικογενειά σας έχει στην ιδιοκτησία της κάποια τουριστική επιχείρηση;

**Απάντηση.**

Απάντηση	Μέτρηση	Ποσοστό
Ναι (Υ)	8	11.43%
Όχι (Ν)	62	88.57%

**Σχόλια:** Παρατηρούμε ότι το 89% των ερωτηθέντων δεν έχει η οικογενειά του στην ιδιοκτησία της κάποια τουριστική επιχείρηση. Και μόνο το 11% έχει.

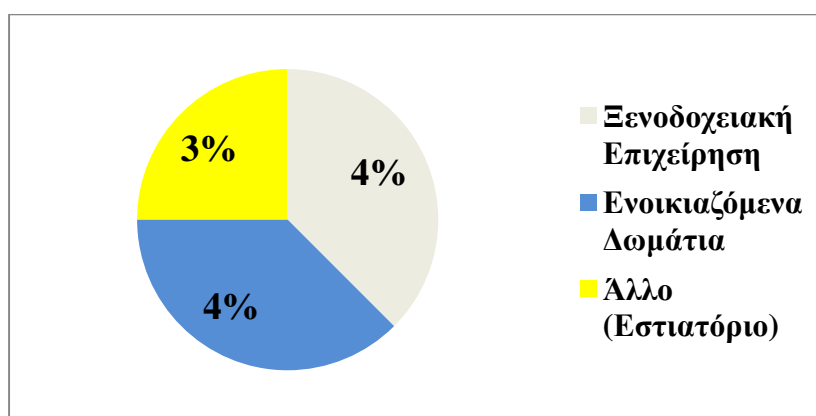
**Ερώτηση 5.** Εάν ναι. Τί είδους επιχείρηση;

**Απάντηση.**

Ξενοδοχειακή Επιχείρηση (SQ001)	3	4.29%
Ενοικιαζόμενα Δωμάτια (SQ002)	3	4.29%
Άλλο (εστιατόριο)	2	2.86%

**Σχόλια:** Από αυτούς που δήλωσαν πως η οικογενειά τους έχει στην ιδιοκτησία τους κάποια τουριστική επιχείρηση, το 4% δήλωσε πως έχει κάποιο ξενοδοχείο, ένα άλλο 4% είπε πως έχει ενοικιαζόμενα δωμάτια και το 3% δήλωσε πως έχει εστιατόριο.

**Σχεδιάγραμμα:**



Γράφημα –πίτα: Τουριστικό κατάλυμα



## Ομάδα Β'- Η εργασία σε επίπεδο ανθρωπίνων σχέσεων

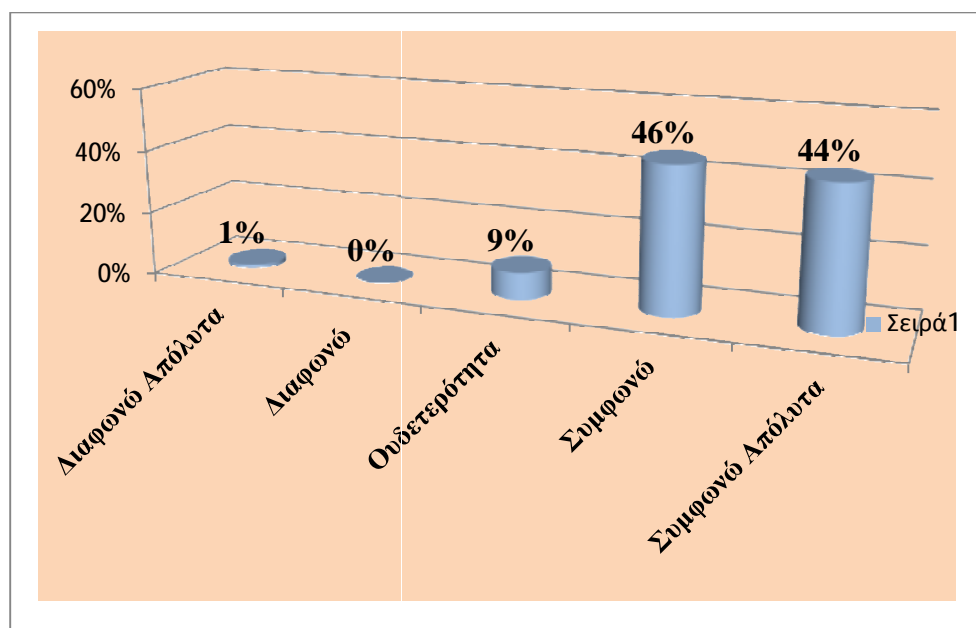
**Ερώτηση 1.** Γνωρίζω νέους ανθρώπους στο περιβάλλον μου

**Απάντηση.**

Απάντηση	Μέτρηση	Ποσοστό
Διαφωνώ απόλυτα (A1)	1	1.43%
Διαφωνώ (A2)	0	0.00%
Ουδετερότητα (A3)	6	8.57%
Συμφωνώ (A4)	32	45.71%
Συμφωνώ απόλυτα (A5)	31	44.29%

**Σχόλια:** Το 46% του δείγματος μας συμφωνεί πως στο περιβάλλον αυτό (στον τουρισμό δηλαδή) γνωρίζει κάποιος νέους ανθρώπους. Το 44% επίσης συμφωνεί απόλυτα. Υπάρχει και το 9% που μένει αμέτοχο σε αυτή την ερώτηση και επέλεξε την ουδετερότητα. Τέλος, υπάρχει και το 1% που διαφωνεί απόλυτα με την ερώτηση.

**Σχεδιάγραμμα:**



**Γράφημα-Ράδβου:** Η γνώμη του δείγματος για το αν γνωρίζει κάποιος νέους ανθρώπους στο περιβάλλον αυτό

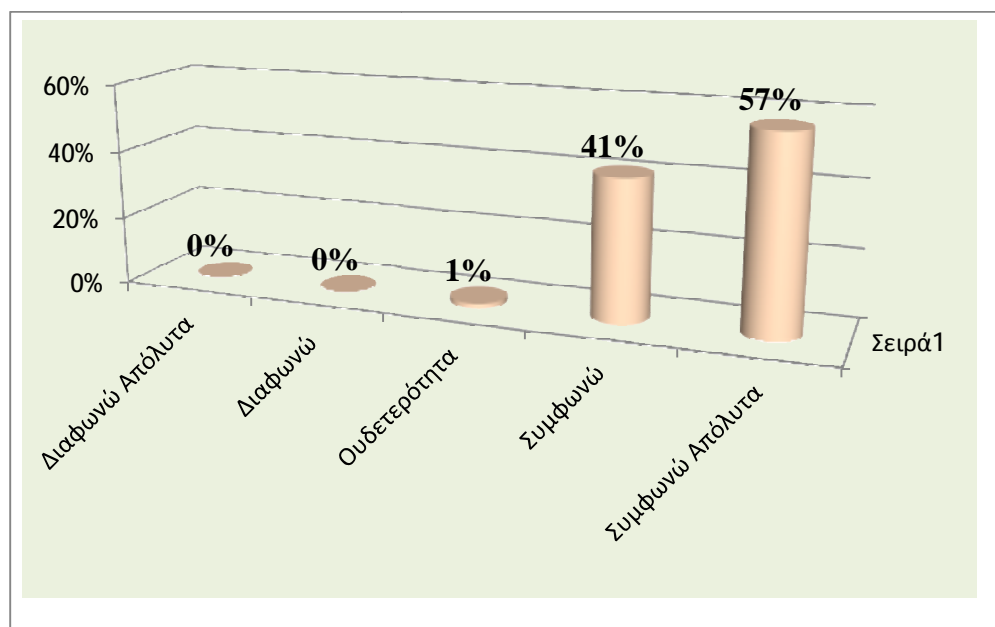
**Ερώτηση 2.** Μου αρέσει η επικοινωνία –επαφή με άλλους ανθρώπους

**Απάντηση.**

Απάντηση	Μέτρηση	Ποσοστό
Διαφωνώ απόλυτα (A1)	0	0.00%
Διαφωνώ (A2)	0	0.00%
Ουδετερότητα (A3)	1	1.43%
Συμφωνώ (A4)	29	41.43%
Συμφωνώ απόλυτα (A5)	40	57.14%

**Σχόλια:** Το 57% του δείγματος μας λέει πως του αρέσει η επικοινωνία με άλλους ανθρώπους και ότι συμφωνεί απόλυτα, όπως επίσης συμφωνεί και το 41%. Τέλος, μόνο 1% μένει ουδέτερο και δεν παίρνει θέση σε αυτή την ερώτηση.

**Σχεδιάγραμμα:**



**Γράφημα-πίτα:** Η γνώμη του δείγματος για το αν τους αρέσει η επικοινωνία με άλλους ανθρώπους

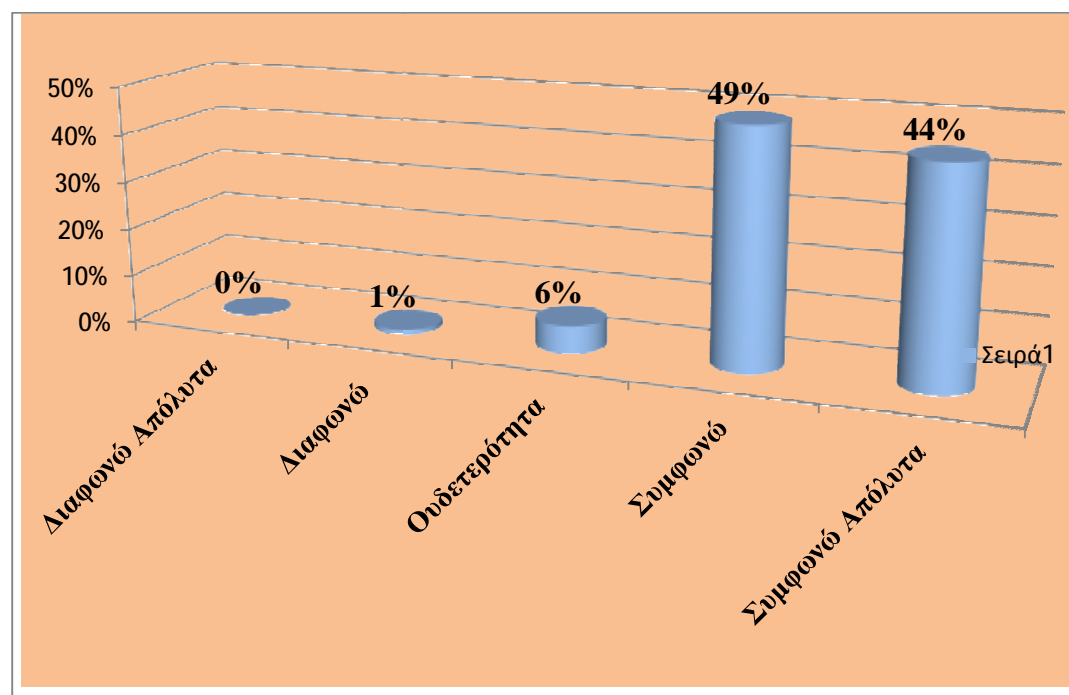
### Ερώτηση 3. Αισθάνομαι άνετα και όμορφα να εξυπηρετώ πελάτες

#### Απάντηση.

Απάντηση	Μέτρηση	Ποσοστό
Διαφωνώ απόλυτα (A1)	0	0.00%
Διαφωνώ (A2)	1	1.43%
Ουδετερότητα (A3)	4	5.71%
Συμφωνώ (A4)	34	48.57%
Συμφωνώ απόλυτα (A5)	31	44.29%

**Σγόλια:** Το 49% συμφωνεί πως αισθάνεται άνετα και όμορφα να εξυπηρετεί πελάτες, καθώς και το 44% συμφωνεί απόλυτα σε αυτό. Το 6% εκφράζει μια ουδετερότητα σε αυτό και το 1% διαφωνεί στην πρόταση αυτή. Μέχρι στιγμής αυτό που αντιλαμβανόμαστε είναι ότι το δείγμα μας φαίνεται να είναι ιδιαίτερα κοινωνικό και φιλικό.

#### Σχεδιάγραμμα:



Γράφημα-Ράβδοι: Γνώμη του δείγματος για τον αν αισθάνονται άνετα να εξυπηρετούν πελάτες

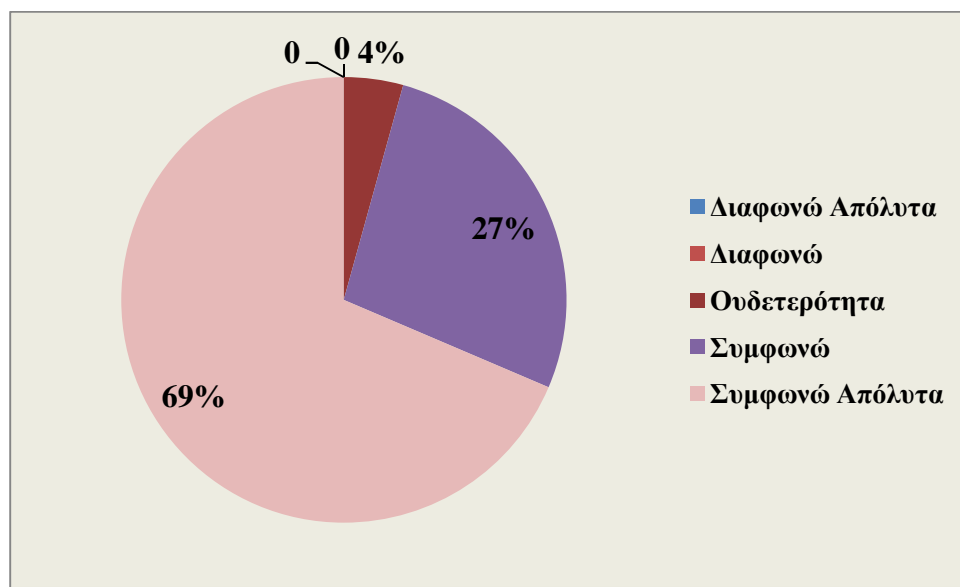
**Ερώτηση 4.** Αισθάνομαι ικανοποίηση όταν βλέπω ευχαριστημένους πελάτες έπειτα από την εξυπηρέτηση που τους δόθηκε

**Απάντηση.**

Απάντηση	Μέτρηση	Ποσοστό
Διαφωνώ απόλυτα (A1)	0	0.00%
Διαφωνώ (A2)	0	0.00%
Ουδετερότητα (A3)	3	4.29%
Συμφωνώ (A4)	19	27.14%
Συμφωνώ απόλυτα (A5)	48	68.57%

**Σχόλια:** Το 69% συμφωνεί απόλυτα στην πρόταση αυτή, καθώς επίσης συμφωνεί και το 27%. Τέλος, το 4% δεν εκφράζει κάποια ιδιαίτερη γνώμη.

**Σχεδιάγραμμα:**



**Γράφημα-πίτα:** Γνώμη δείγματος για τον αισθάνονται ικανοποιημένοι βλέποντας ευχαριστημένους πελάτες

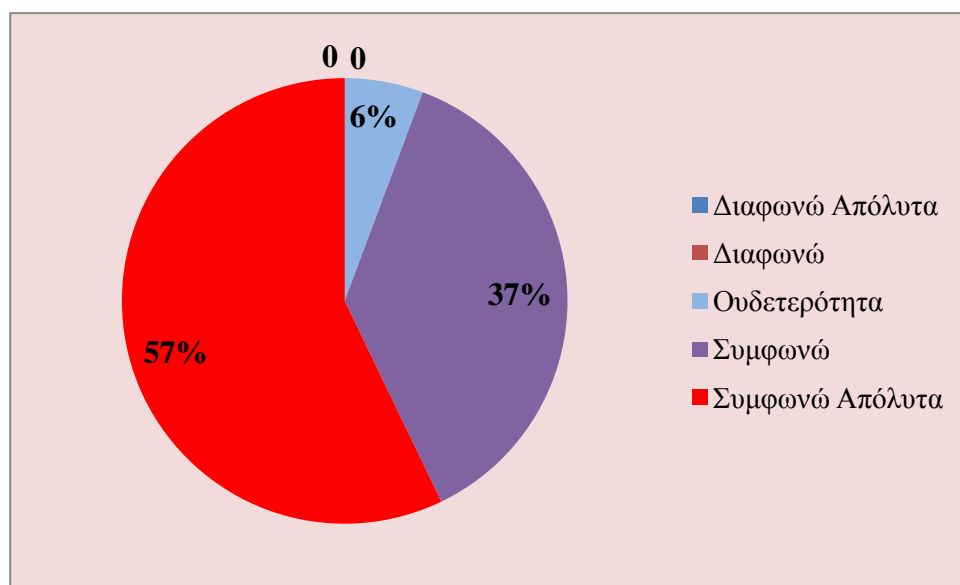
**Ερώτηση 5.** Η προσωπική επαφή με άλλους ανθρώπους σε κάνει να μαθαίνεις καινούργια πράγματα

**Απάντηση.**

Απάντηση	Μέτρηση	Ποσοστό
Διαφωνώ απόλυτα (A1)	0	0.00%
Διαφωνώ (A2)	0	0.00%
Ουδετερότητα (A3)	4	5.71%
Συμφωνώ (A4)	26	37.14%
Συμφωνώ απόλυτα (A5)	40	57.14%

**Σχόλια:** Παρατηρούμε ότι το 57% συμφωνεί απόλυτα με την άποψη ότι η προσωπική επαφή με άλλους ανθρώπους τους κάνει να μαθαίνουν καινούργια πράγματα. Επίσης το 37% συμφωνεί και αυτό με αυτή την άποψη. Ενώ ένα 6% μένει ουδέτερο στην άποψη αυτή.

**Σχεδιάγραμμα:**



**Γράφημα-πίτα:** Η γνώμη του δείγματος για το αν η προσωπική επαφή με άλλους ανθρώπους τους κάνει να μαθαίνουν νέα πράγματα

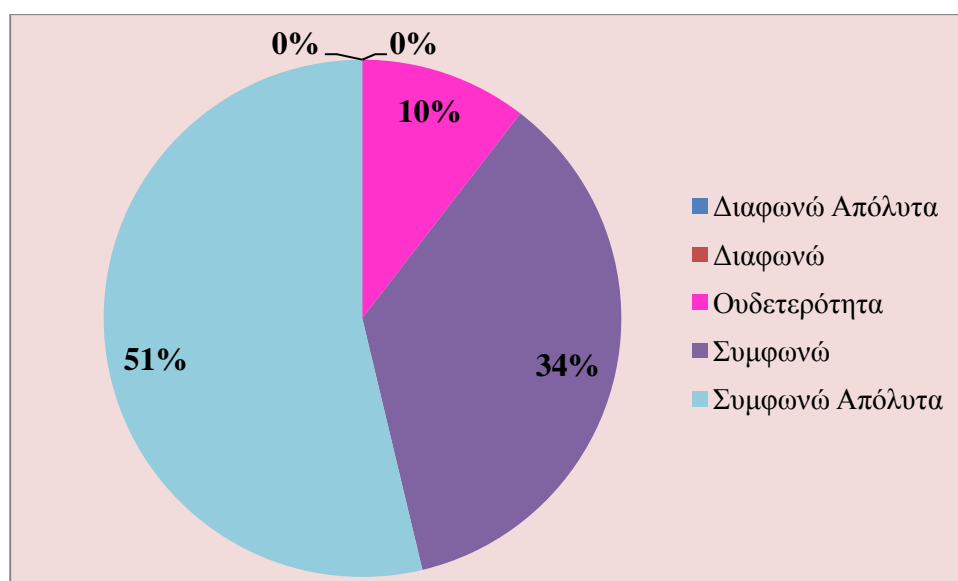
**Ερώτηση 6.** Οι ευθύνες είναι πολλές

**Απάντηση.**

Απάντηση	Μέτρηση	Ποσοστό
Διαφωνώ απόλυτα (A1)	0	0.00%
Διαφωνώ (A2)	3	4.29%
Ουδετερότητα (A3)	7	10.00%
Συμφωνώ (A4)	24	34.29%
Συμφωνώ απόλυτα (A5)	36	51.43%

**Σχόλια:** Το 51% συμφωνεί απόλυτα ότι οι ευθύνες στον τουριστικό τομέα είναι πολλές, καθώς επίσης και το 34% συμφωνεί σε αυτό. Υπάρχει όμως και ένα 10% που δεν παίρνει θέση στην πρόταση αυτή. Αυτό μας προκαλεί εντύπωση και μας κάνει να αναρωτιόμαστε τί είναι αυτό που τους οδήγησε να μείνουν ουδέτεροι, καθώς αν το σκεφτεί κανείς δεν υπάρχει δουλειά χωρίς ευθύνες!

**Σχεδιάγραμμα:**



**Γράφημα-πίτα:** Η γνώμη του δείγματος για τον αν οι ευθύνες είναι πολλές

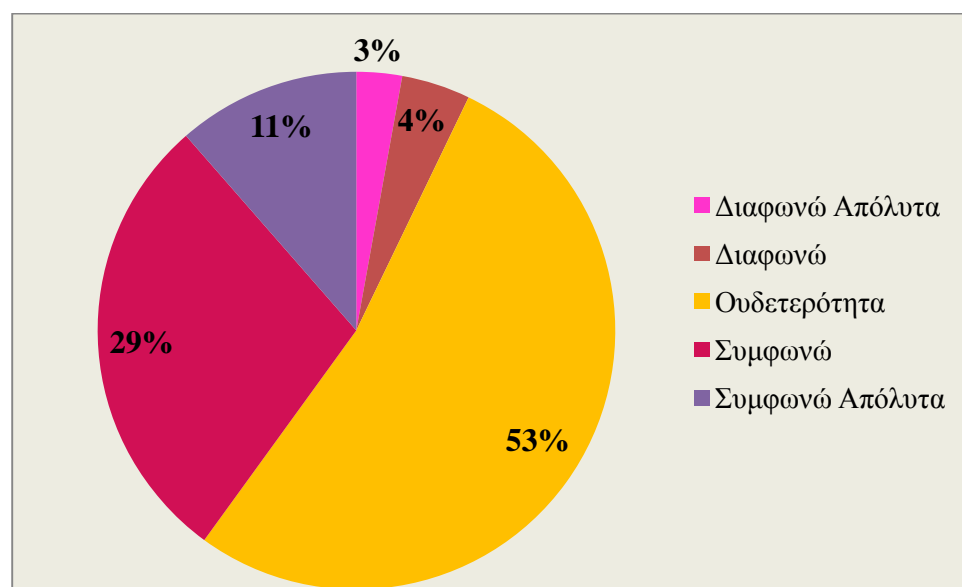
**Ερώτηση 7.** Οι συνθήκες στο εργασιακό περιβάλλον είναι καλές

**Απάντηση.**

Απάντηση	Μέτρηση	Ποσοστό
Διαφωνώ απόλυτα (A1)	2	2,86%
Διαφωνώ (A2)	3	4.29%
Ουδετερότητα (A3)	37	52.86%
Συμφωνώ (A4)	20	28.57%
Συμφωνώ απόλυτα (A5)	8	11.43%

**Σχόλια:** Παρατηρούμε ότι το 53% μένει ουδέτερο σε αυτή την πρόταση, ίσως γιατί ακόμα οι περισσότεροι να μην έχουν δουλέψει στον τουριστικό τομέα. Το 29% συμφωνεί με την άποψη αυτή, όπως και το 11%. Όμως υπάρχει και το 3% που διαφωνεί απόλυτα με την άποψη αυτή όπως και το 4%.

**Σχεδιάγραμμα:**



**Γράφημα-πίτα:** Η γνώμη του δείγματος για το αν οι συνθήκες στο εργασιακό περιβάλλον είναι καλές

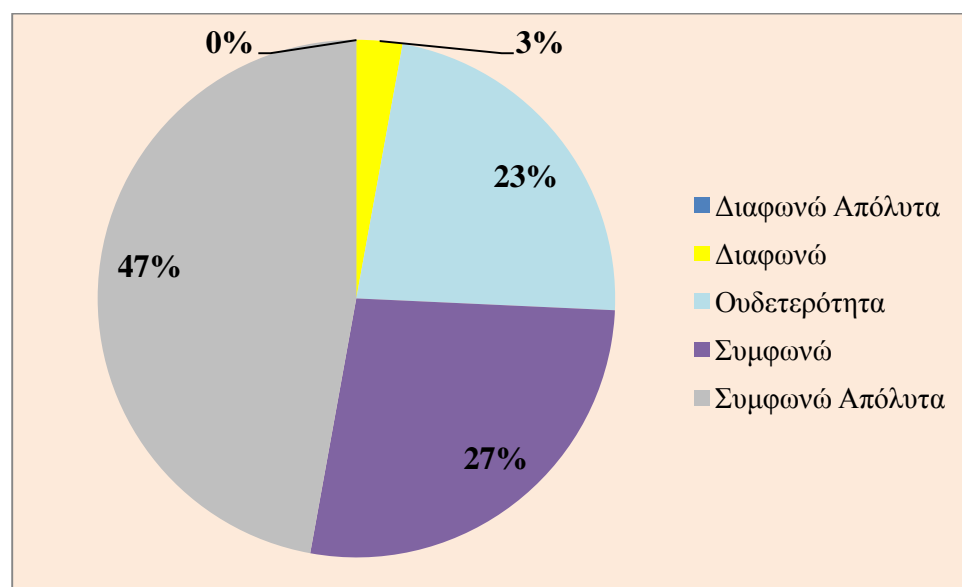
**Ερώτηση 8.** Ο ανταγωνισμός στον συγκεκριμένο εργασιακό χώρο είναι έντονος

**Απάντηση.**

Απάντηση	Μέτρηση	Ποσοστό
Διαφωνώ απόλυτα (A1)	0	0.00%
Διαφωνώ (A2)	2	2.86%
Ουδετερότητα (A3)	16	22.86%
Συμφωνώ (A4)	19	27.14%
Συμφωνώ απόλυτα (A5)	33	47.14%

**Σχόλια:** Παρατηρούμε ότι το 47% συμφωνεί απόλυτα ότι υπάρχει ανταγωνισμός στον τομέα αυτό, όπως και το 27%. Το 23% μένει ουδέτερο στην πρόταση αυτή. Ενώ υπάρχει και ένα 3% το οποίο διαφωνεί στην πρόταση αυτή.

**Σχεδιάγραμμα:**



**Γράφημα-πίτα:** Η γνώμη του δείγματος σχετικά με τον ανταγωνισμό στον τουριστικό τομέα



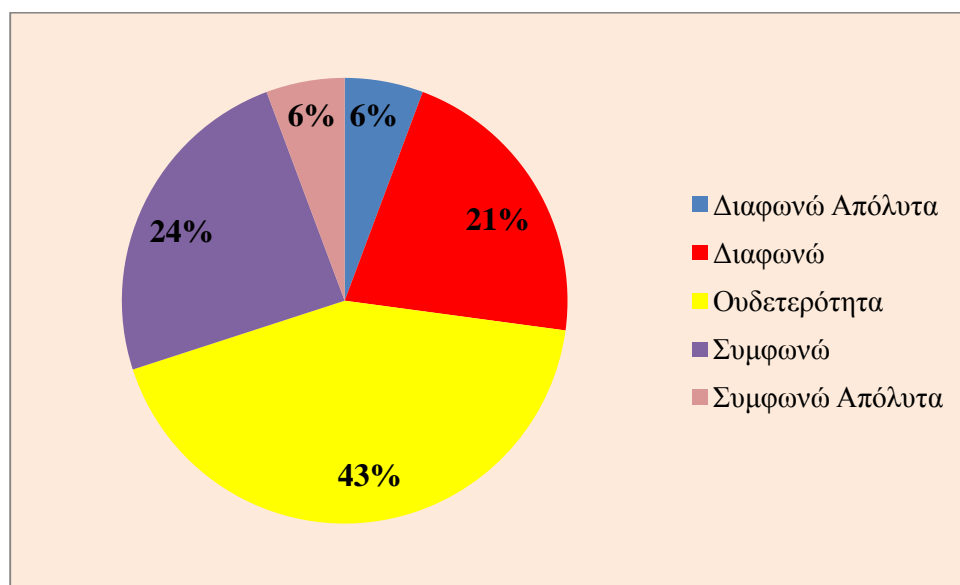
**Ερώτηση 9.** Υπάρχουν διακρίσεις στο φύλο των εργαζόμενων στον τουριστικό τομέα

**Απάντηση.**

Απάντηση	Μέτρηση	Ποσοστό
Διαφωνώ απόλυτα (A1)	4	5.71%
Διαφωνώ (A2)	15	21.43%
Ουδετερότητα (A3)	30	42.86%
Συμφωνώ (A4)	17	24.29%
Συμφωνώ απόλυτα (A5)	4	5.71%

**Σχόλια:** Το 43% μένει ουδέτερο στην άποψη ότι υπάρχουν διακρίσεις στο φύλο στον τουριστικό τομέα και αυτό ίσως γιατί ακόμα να μην έχουν δουλέψει και να μην ξέρουν. Το 24% όμως συμφωνεί με αυτή την άποψη όπως και το 6%. Ενώ το 21% διαφωνεί όπως και το 6% που διαφωνεί απόλυτα.

**Σχεδιάγραμμα:**



**Γράφημα-πίτα:** Η γνώμη του δείγματος για το αν υπάρχουν διακρίσεις στο φύλο

## Ομάδα Γ'- Τουρισμός και σταδιοδρομία σε αυτόν

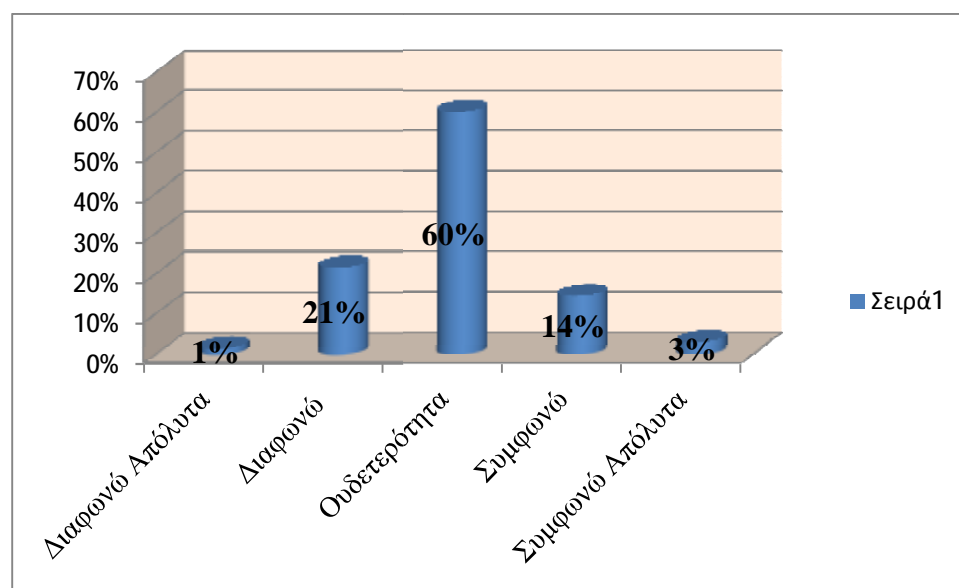
**Ερώτηση 1.** Όσοι εργάζονται στην τουριστική βιομηχανία αντιμετωπίζονται με σεβασμό από την κοινωνία

**Απάντηση.**

Απάντηση	Μέτρηση	Ποσοστό
Διαφωνώ απόλυτα (A1)	1	1.43%
Διαφωνώ (A2)	15	21.43%
Ουδετερότητα (A3)	42	60.00%
Συμφωνώ (A4)	10	14.29%
Συμφωνώ απόλυτα (A5)	2	2.86%

**Σχόλια:** Παρατηρούμε ότι το 60% μένει ουδέτερο στην άποψη ότι όσοι εργάζονται στην τουριστική βιομηχανία αντιμετωπίζονται με σεβασμό. Το 3% συμφωνεί απόλυτα με την άποψη αυτή, όπως και το 14%. Ενώ το 1% διαφωνεί απόλυτα όπως επίσης και το 21% που διαφωνεί.

### Σχεδιάγραμμα:



**Γράφημα-Ράβδος:** Η γνώμη του δείγματος για το αν όσοι εργάζονται στον τουρισμό αντιμετωπίζονται με σεβασμό από την κοινωνία

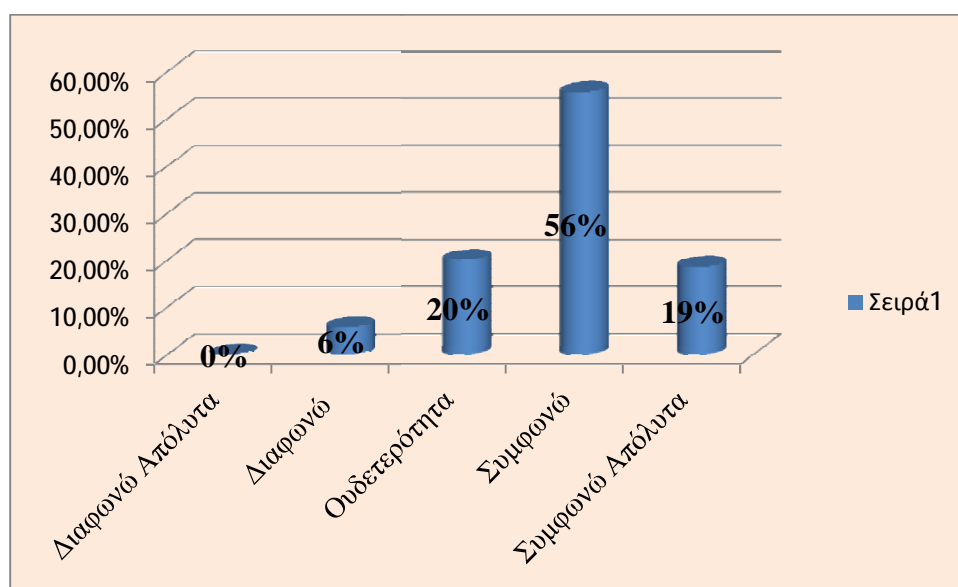
## Ερώτηση 2. Υπάρχουν προοπτικές επαγγελματικής εξέλιξης

### Απάντηση.

Απάντηση	Μέτρηση	Ποσοστό
Διαφωνώ απόλυτα (A1)	0	0.00%
Διαφωνώ (A2)	4	5.71%
Ουδετερότητα (A3)	14	20.00%
Συμφωνώ (A4)	39	55.71%
Συμφωνώ απόλυτα (A5)	13	18.57%

**Σχόλια:** Παρατηρούμε ότι το 56% συμφωνεί με την άποψη αυτή όπως και το 19%. Το 20% μένει ουδέτερο σε αυτή την στάση και το 6% διαφωνεί.

### Σχεδιάγραμμα:



**Γράφημα-Ράβδοι:** Η γνώμη του δείγματος για το αν υπάρχουν προοπτικές επαγγελματικής εξέλιξης

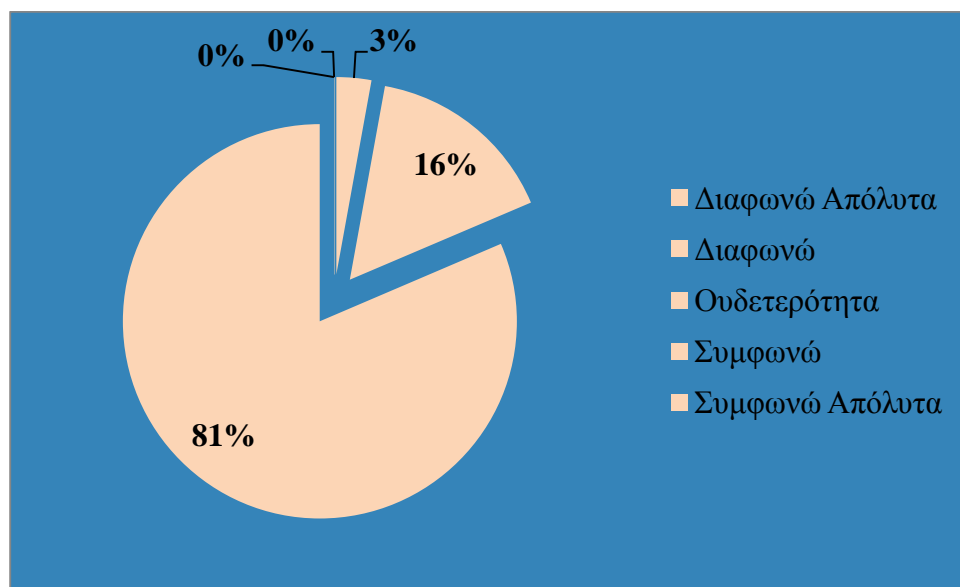
**Ερώτηση 3.**Ο τουρισμός για την Ελλάδα είναι βασικός πυλώνας για την οικονομία

**Απάντηση.**

Απάντηση	Μέτρηση	Ποσοστό
Διαφωνώ απόλυτα (A1)	0	0.00%
Διαφωνώ (A2)	0	0.00%
Ουδετερότητα (A3)	2	2.86%
Συμφωνώ (A4)	11	15.71%
Συμφωνώ απόλυτα (A5)	57	81.43%

**Σχόλια:** Παρατηρούμε ότι το 81% συμφωνεί απόλυτα με την άποψη ότι ο τουρισμός είναι βασικός πυλώνας για την οικονομία της χώρας μας, όπως επίσης συμφωνεί και το 16%. Ένα 3% όμως μένει ουδέτερο και δεν παίρνει θέση.

**Σχεδιάγραμμα:**



**Γράφημα-πίτα:** Η γνώμη του δείγματος για την άποψη ότι ο τουρισμός είναι βασικός πυλώνας της οικονομίας

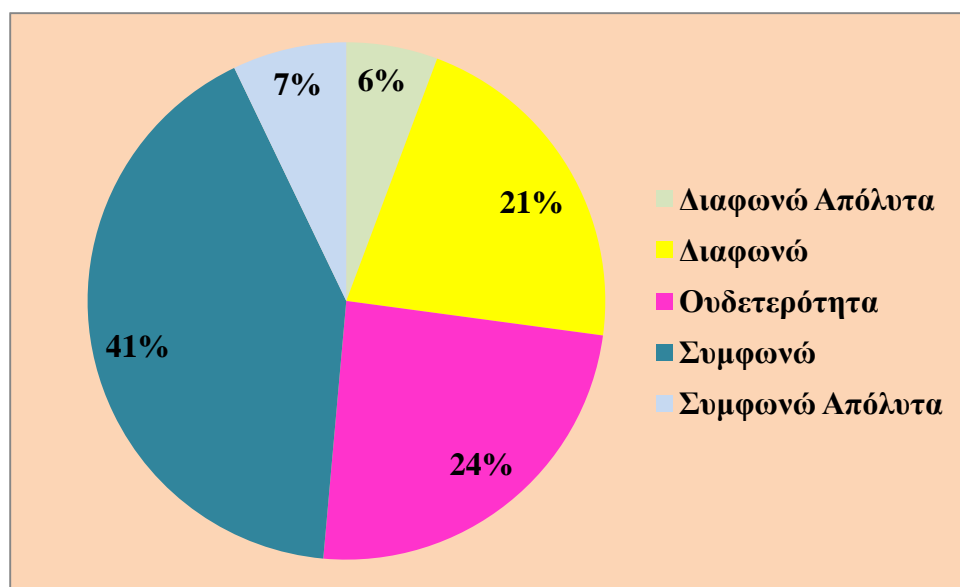
**Ερώτηση 4.** Υπάρχει ανασφάλεια για το μέλλον σε αυτόν τον κλάδο

**Απάντηση.**

Απάντηση	Μέτρηση	Ποσοστό
Διαφωνώ απόλυτα (A1)	3	5.71%
Διαφωνώ (A2)	15	21.43%
Ουδετερότητα (A3)	17	24.29%
Συμφωνώ (A4)	29	41.43%
Συμφωνώ απόλυτα (A5)	5	7.14%

**Σχόλια:** Το 41% συμφωνεί με την άποψη ότι υπάρχει ανασφάλεια για το μέλλον στον τουριστικό κλάδο, όπως επίσης συμφωνεί απόλυτα και το 7%. Το 24% είναι ουδέτερο στην άποψη αυτή ενώ το 21% διαφωνεί σε αυτό και το 6% διαφωνεί απόλυτα.

**Σχεδιάγραμμα:**



**Γράφημα-πίτα:** Η γνώμη του δείγματος για το αν υπάρχει ανασφάλεια του κλάδου για το μέλλον

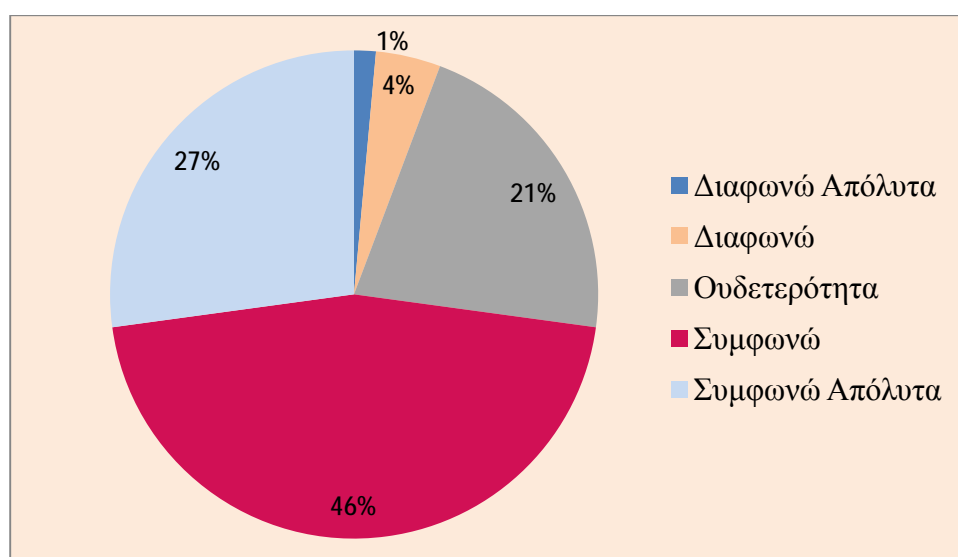
**Ερώτηση 5.** Ο τουριστικός κλάδος έχει επηρεαστεί αρκετά από την οικονομική κρίση

**Απάντηση.**

Απάντηση	Μέτρηση	Ποσοστό
Διαφωνώ απόλυτα (A1)	1	1.43%
Διαφωνώ (A2)	3	4.29%
Ουδετερότητα (A3)	15	21.43%
Συμφωνώ (A4)	32	45.71%
Συμφωνώ απόλυτα (A5)	19	27.14%

**Σχόλια:** Το 46% συμφωνεί με την άποψη ότι ο τουριστικός κλάδος έχει επηρεαστεί από την οικονομική κρίση όπως και το 27%. Το 21% μένει ουδέτερο, ενώ το 4% διαφωνεί στην άποψη αυτή και το 1% διαφωνεί απόλυτα.

**Σχεδιάγραμμα:**



**Γράφημα -πίτα:** Η γνώμη των νέων για το αν έχει επηρεαστεί ο τουριστικός τομέας από την οικονομική κρίση

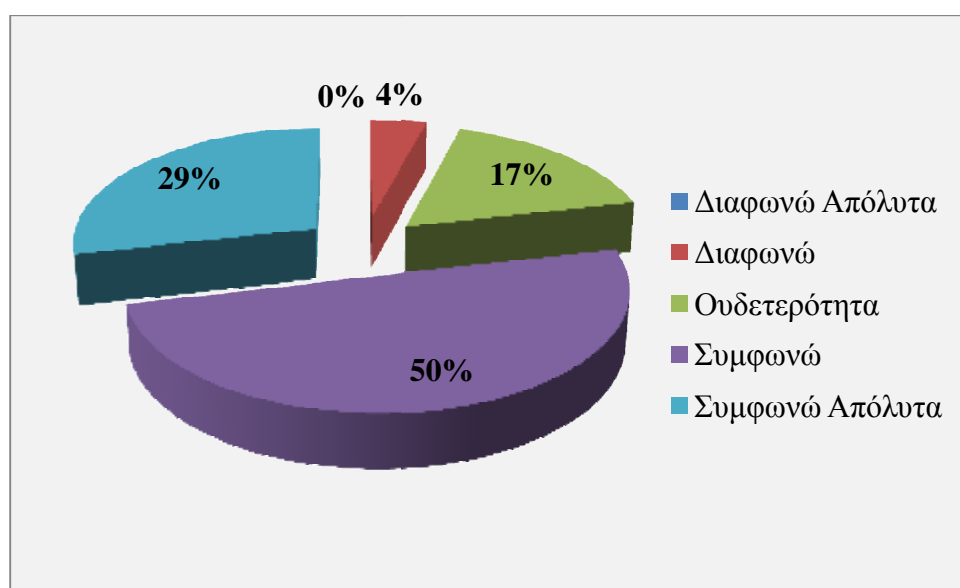
**Ερώτηση 6.** Οι σπουδές πάνω στον τουρισμό είναι απαραίτητες για την απασχόληση σε αυτόν

**Απάντηση.**

Απάντηση	Μέτρηση	Ποσοστό
Διαφωνώ απόλυτα (A1)	0	0.00%
Διαφωνώ (A2)	3	4.29%
Ουδετερότητα (A3)	12	17.14%
Συμφωνώ (A4)	35	50.00%
Συμφωνώ απόλυτα (A5)	20	28.57%

**Σχόλια:** Το 50% του δείγματός μας συμφωνεί με την άποψη ότι οι σπουδές στον τουρισμό είναι απαραίτητες και το 29% συμφωνεί απόλυτα. Το 17% μένει ουδέτερο στην άποψη αυτή ενώ το 4% διαφωνεί.

**Σχεδιάγραμμα:**



**Γράφημα-πίτα:** Η γνώμη του δείγματος για το αν θεωρούν απαραίτητες τις σπουδές στον τουριστικό τομέα

**Ερώτηση 7.** Για ποιούς λόγους επιλέξατε τον τουριστικό τομέα για την εκπαιδευτική και επαγγελματική σας κατεύθυνση;

**Απάντηση.**

Οι λόγοι για τους οποίους το δείγμα μας επέλεξε τον τουριστικό τομέα για την εκπαιδευτική και επαγγελματική του κατεύθυνση είναι:

- Επαφή με άλλους ανθρώπους
- Άμεση επαγγελματική αποκατάσταση
- Για τα χρήματα
- Για τα ταξίδια λόγω κρουαζιερόπλοιου
- Θεωρούν ότι η τουριστική βιομηχανία είναι η πλέον επικερδής βιομηχανία που θα προσφέρει πάντοτε εργασία
- Μπορούν να δουλέψουν οι ίδιοι αργότερα στις τουριστικές επιχειρήσεις της οικογένειάς τους
- Για να αποκτήσουν γνώσεις
- Φαίνεται ενδιαφέρον επάγγελμα
- Γνωριμία με νέους ανθρώπους
- Περισσότερες ευκαιρίες για δουλειά σε Ελλάδα ή εξωτερικό
- Ο τουρισμός είναι το μέλλον της Ελλάδας
- Ο τουρισμός συμβάλει στην διαπεδαγώγηση του ανθρώπου
- Για την εμπειρία
- Ο τουρισμός είναι βασικός παράγοντας ανάπτυξης της οικονομίας της χώρας και ενδεχομένως οι ευκαιρίες για εργασία πάνω στον τομέα να είναι αυξημένες λόγω των πολλών τουριστικών περιοχών. Ευκαιρίες ταξιδίων, αλληλεπίδρασης με άλλες κουλτούρες και πολιτισμούς, εργασίας στο εξωτερικό και εξέλιξης στον κλάδο.
- Επειδή υπάρχουν προοπτικές επαγγελματικής εξέλιξης

Η ερώτηση αυτή του ερωτηματολογίου όπως προαναφέρθηκε ήταν μία από τις ανοικτές τύπου ερωτήσεις. Σε αυτήν οι σπουδαστές κλήθηκαν να απαντήσουν με συντομία στ ερώτημα ποιοί είναι οι λόγοι για τους οποίους επέλεξαν αυτή την εκπαιδευτική και έπειτα επαγγελματική κατεύθυνση. Θα πρέπει να τονιστεί ότι το σύνολο των σχολίων είναι περισσότερα από τα ερωτηματολόγια που



διανεμήθηκαν λόγο του ότι κάποιοι σπουδαστές ανέφεραν πολλαπλούς λόγους επιλογής. Αυτό που «φανερώθηκε» από τις απαντήσεις είναι ότι υπάρχει μεγάλο ποσοστό των σπουδαστών που επέλεξε αυτή την κατεύθυνση γιατί εμπνεύστηκε από την ανθρώπινη-κοινωνική φύση του επαγγέλματος. Η επικοινωνία με τους άλλους ανθρώπους ήταν η απάντηση εκείνη που ένα μεγάλο ποσοστό του δείγματος θέλησε να δώσει. Ακολούθησαν οι δυνατότητες για περισσότερα χρήματα, οι δυνατότητες επαγγελματικής εξέλιξης, οι συνθήκες εργασίας καθώς επίσης και η διάθεση γνωριμίας νέων προορισμών και άλλα πολλά.

**Ερώτηση 8.** Ποιές είναι οι προσδοκίες σας από τον τουριστικό τομέα;

**Απάντηση.**

Οι προσδοκίες του δείγματος από τον τουριστικό τομέα είναι οι εξής:


- Εξέλιξη και επαγγελματικές ευκαιρίες σε Ελλάδα ή εξωτερικό
- Να αναπτύσσεται συνεχώς
- Να με κάνει έναν πολύ καλό επαγγελματία στο μέλλον
- Ευελπιστώ ο τομέας του τουρισμού να καταφέρει να στηρίξει την Ελληνική Οικονομία ώστε η Ελλάδα να μπορέσει να σταθεί πάλι στα πόδια της
- Το να ασχοληθούν σε αυτό τον τομέα κάποτε μόνο άνθρωποι που ξέρουν και αγαπούν τον τουρισμό
- Ποιοτική και ποσοτική εξυπηρέτηση των τουριστών και προβολή της Ελλάδας μέσα από αυτό, οικονομικές απολαβές και αναβάθμιση των ανθρώπων που ασχολούνται με τουριστικά επαγγέλματα
- Οικονομική αποκατάσταση
- Επαγγελματική αποκατάσταση, εμπλουτισμός των γνώσεων σε κοινωνικό και πολιτισμικό επίπεδο
- Ότι το καλοκαίρι 2013 περιμένουμε αύξηση κρατήσεων στην ελληνική αγορά λόγω πολύ χαμηλών πλέον τιμών στο τουριστικό μας προϊόν. Είμαστε

πρόκληση για τους ξένους επενδυτές πια.Ο κόσμος επιπλέον να υποστηρίξει και τον εσωτερικό τουρισμό λόγω της κατάστασης

- Ø Δουλειά στο εξωτερικό
- Ø Θα ήθελα να δουλέψω σε ένα κρουαζιερόπλοιο για να κάνω ταξίδια και να γνωρίσω χώρες
- Ø Η τουριστική επιχείρηση των γονιών μου, κάποτε να γίνει δική μου και να την διευθύνω
- Ø Να υπάρχει σωστή οργάνωση και προβολή


### Συγκριτικά αποτελέσματα

Αφού λοιπόν είδαμε τις απαντήσεις από το ερωτηματολόγιο, τώρα μπορούμε να συγκρίνουμε και τα αποτελέσματα , μιας και η έρευνα είναι συγκριτική.

**1α. Επιλογή:** Γυναίκα  αν η τουριστική εκπαίδευση ήταν η πρώτη τους επιλογή

Απάντηση	Μέτρηση	Ποσοστό
Ναι (Y)	13	33.33%
Όχι (N)	26	66.67%

**Σχόλια:** Το 67% των γυναικών του δειγματός μας δηλώνει ότι η τουριστική εκπαίδευση ΔΕΝ ήταν η πρώτη επιλογή τους ως εκπαιδευτική κατεύθυνση. Ενώ το 33% δήλωσε πως ήταν.Εντύπωση μας προκαλεί αυτό.!


**1β. Επιλογή: Άνδρας**  Η άποψή τους για το αν η τουριστική εκπαίδευση ήταν η πρώτη τους επιλογή

Απάντηση	Μέτρηση	Ποσοστό
Ναι (Y)	13	41.94%
Όχι (N)	18	58.06%

**Σχόλια:** Το 58% των ανδρών του δείγματος μας δηλώνει πως η τουριστική εκπαίδευση δεν ήταν η πρώτη τους επιλογή ως εκπαιδευτική κατεύθυνση. Ενώ το 58% δήλωσε πως ήταν.


### Σύγκριση μεταξύ των δύο

Και στις δύο περιπτώσεις των φύλων φαίνεται η τουριστική κατεύθυνση να μην ήταν η πρώτη τους επιλογή.

**2α. Επιλογή:** Γυναίκα  Η άποψή τους για το αν γνωρίζουν νέους ανθρώπους στο περιβάλλον εκείνο

Απάντηση	Μέτρηση	Ποσοστό
Διαφωνώ απόλυτα (A1)	0	0.00%
Διαφωνώ (A2)	0	0.00%
Ουδετερότητα (A3)	2	5.13%
Συμφωνώ (A4)	19	48.72%
Συμφωνώ απόλυτα (A5)	18	46.15%

**Σχόλια:** Το 49% των γυναικών του δείγματος συμφωνεί ότι στο περιβάλλον του τουρισμού γνωρίζει κανείς νέους ανθρώπους, όπως και το 46% συμφωνεί απόλυτα σε αυτό. Ενώ το 5% μένει ουδέτερο στην άποψη αυτή.

**2β. Επιλογή:** Άνδρας 


Η άποψή τους για το αν γνωρίζουν νέους ανθρώπους στο περιβάλλον εκείνο

Απάντηση	Μέτρηση	Ποσοστό
Διαφωνώ απόλυτα (A1)	1	3.23%
Διαφωνώ (A2)	0	0.00%
Ουδετερότητα (A3)	4	12.90%
Συμφωνώ (A4)	13	41.94%
Συμφωνώ απόλυτα (A5)	13	41.94%

**Σχόλια:** Το 42% των ανδρών του δείγματος μας συμφωνεί ότι στο περιβάλλον αυτό γνωρίζει κανείς νέους ανθρώπους, όπως και ένα άλλο 42% συμφωνεί απόλυτα σε αυτό. Ενώ το 13% μένει ουδέτερο στη στάση αυτή. Και το 3% διαφωνεί απόλυτα .


### Σύγκριση μεταξύ των δύο

Παρατηρούμε ότι και στις δύο περιπτώσεις οι απόψεις και των δύο φύλων ταιριάζουν απόλυτα στις απαντήσεις τους.

**3α. Επιλογή:** Γυναίκα  Η άποψη για το αν οι συνθήκες εργασίας είναι καλές

Απάντηση	Μέτρηση	Ποσοστό
Διαφωνώ απόλυτα (A1)	0	0.00%
Διαφωνώ (A2)	3	7.69%
Ουδετερότητα (A3)	22	56.41%
Συμφωνώ (A4)	11	28.21%
Συμφωνώ απόλυτα (A5)	3	7.69%

**Σχόλια:** Το 56% των γυναικών του δείγματος μένει ουδέτερο στην άποψη ότι οι συνθήκες εργασίας είναι καλές. Το 28% συμφωνεί με αυτό, όπως και το 8% συμφωνεί απόλυτα.

**3β. Επιλογή:** Άνδρας  Η άποψη για το αν οι συνθήκες εργασίας είναι καλές


Απάντηση	Μέτρηση	Ποσοστό
Διαφωνώ απόλυτα (A1)	1	3.23%
Διαφωνώ (A2)	0	0.00%
Ουδετερότητα (A3)	16	51.61%
Συμφωνώ (A4)	9	29.03%
Συμφωνώ απόλυτα (A5)	5	16.13%

**Σχόλια:** Το 52% των ανδρών μένει ουδέτερο στην άποψη αυτή, το 29% συμφωνεί, όπως και το 16% που συμφωνεί απόλυτα.

### **Σύγκριση μεταξύ των δύο**


Βλέπουμε ότι και στα δύο φύλα, όσον αφορά την άποψη σχετικά για το αν οι συνθήκες εργασίας είναι καλές, η επιλογή ουδετερότητα Συγκεντρώνει το

μεγαλύτερο ποσοστό. Αυτό ίσως να συμβαίνει γιατί το δείγμα μας δεν έχει βγει ακόμα στην αγορά εργασίας και δεν ξέρει πως διακυμαίνεται ακριβώς η κατάσταση.

**4α.Επιλογή:** Γυναίκα  Η άποψή τους για το αν υπάρχουν διακρίσεις στο φύλο στον τομέα αυτό

Απάντηση	Μέτρηση	Ποσοστό
Διαφωνώ απόλυτα (A1)	2	5.13%
Διαφωνώ (A2)	6	15.38%
Ουδετερότητα (A3)	18	46.15%
Συμφωνώ (A4)	12	30.77%
Συμφωνώ απόλυτα (A5)	1	2.56%

**Σχόλια:** Το 46% των γυναικών μένει ουδέτερο στην άποψη ότι υπάρχουν διακρίσεις σχετικά με το φύλο. Το 31% συμφωνεί με αυτό, όπως και το 3% συμφωνεί απόλυτα. Το 15% διαφωνεί σε αυτό, όπως και το 5% διαφωνεί απόλυτα.

**4β. Επιλογή:** Άνδρας  Η άποψή τους για το αν υπάρχουν διακρίσεις στο φύλο στον τομέα αυτό

Απάντηση	Μέτρηση	Ποσοστό
Διαφωνώ απόλυτα (A1)	2	6.45%
Διαφωνώ (A2)	9	29.03%
Ουδετερότητα (A3)	12	38.71%
Συμφωνώ (A4)	5	16.13%
Συμφωνώ απόλυτα (A5)	3	9.68%

**Σχόλια:** Το 39% των ανδρών του δείγματός μας μένει ουδέτερο στην άποψη ότι υπάρχουν διακρίσεις ανάλογα με το φύλο. Το 16% συμφωνεί σε αυτό, όπως και το 10% συμφωνεί απόλυτα. Ενώ το 29% διαφωνεί σε αυτό και το 6% διαφωνεί απόλυτα.

### **Σύγκριση μεταξύ των δύο**

Και σε αυτή την περίπτωση η επιλογή «ουδετερότητα» συγκεντρώνει το μεγαλύτερο ποσοστό και από τα δύο φύλα. Ίσως να παίζει ρόλο το ότι δεν έχουν βγει ακόμα στην αγορά εργασίας.

### **ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ**

Αφού πήραμε τις απαντήσεις από το ερωτηματολόγιο και τις σχολιάσαμε, τώρα θα βγάλουμε τα συμπεράσματα για αυτά, με την βοήθεια ενός προγράμματος του R όπου μας βοηθάει να κάνουμε τον έλεγχο των υποθέσεων.

### **Έλεγχος Υποθέσεων**

**1)**

H0: επιλογή φύλου = αν η τουριστική εκπαίδευση ήταν η πρώτη τους επιλογή

H1: επιλογή φύλου≠/ αν η τουριστική εκπαίδευση ήταν η πρώτη τους επιλογή

**data: .Table**

**X-squared = 0.5474, df = 1, p-value = 0.4594**

Αφού το p-value = 0.4594 < α=0.05 τότε **ΑΠΟΡΡΙΠΤΩ** την H0.

**Συμπέρασμα:** η επιλογή της τουριστικής εκπαίδευσης δεν εξαρτάται από το φύλο σε επίπεδο σημαντικότητας 5%.

2)

H0 : φύλο= για το αν υπάρχουν διακρίσεις στο φύλο στον εργασιακό τομέα

H1: φύλο= /για το αν υπάρχουν διακρίσεις στο φύλο στον εργασιακό τομέα

**data: .Table**

**X-squared = 4.8312, df = 4, p-value = 0.3051**

Αφού  $p\text{-value} = 0.3051 < \alpha = 0.05$  τότε **ΑΠΟΡΡΙΠΤΩ** την H0

Συμπέρασμα: Οι απαντήσεις του δείγματος για το αν πιστεύουν ότι υπάρχουν διακρίσεις στο φύλο στον εργασιακό τομέα δεν εξαρτάται από το αν το φύλο είναι γυναίκα ή άνδρας στις απαντήσεις αυτές σε επίπεδο σημαντικότητας 5%

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7:ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ**

Από τις λίγες έρευνες που έχουν διεξαχθεί γενικά όσον αφορά τον τουρισμό είναι και αυτή η έρευνα που πραγματοποιήθηκε. Η συγκεκριμένη έρευνα μας «φανέρωσε» τις απόψεις των νέων για τα τουριστικά επαγγέλματα- ποια είναι τα κίνητρα που τους ωθούν να επιλέξουν το τουριστικό επάγγελμα, πως αντιλαμβάνονται το συγκεκριμένο εργασιακό περιβάλλον και τέλος ποιοι είναι οι λόγοι που τους παρακίνησαν ώστε να διαλέξουν αυτή την εκπαιδευτική κατεύθυνση όπως επίσης και ποιες είναι οι προσδοκίες τους από αυτόν τον τομέα. Η έρευνα αυτή πήρε αρκετά στοιχεία και ιδέες από την έρευνα που είχαν πραγματοποιήσει κάποτε οι Airey και Frontistis.

Στα πλαίσια της έρευνας αυτής, αυτό που διαπιστώθηκε είναι ότι οι ίδιοι οι σπουδαστές βασίζονται στον τομέα του τουρισμού καθώς πιστεύουν ότι είναι ένα επάγγελμα με μέλλον καθώς όπως οι ίδιοι λένε, είναι ο βασικός τομέας της οικονομίας της Ελλάδας και ένας αναπτυσσόμενος χώρος.



Ακόμα, έχουν κάποιες βλέψεις όσον αφορά την κατοχή διοικητικών θέσεων όπως στο να γίνουν διευθυντές και υποστηρίζουν ότι οι οικονομικές απολαβές θα είναι μεγάλες και ότι θα τους εξασφαλίσουν ικανοποιητικό επίπεδο επιβίωσης.

Όσον αφορά τις διαπροσωπικές σχέσεις μέσα στον εργασιακό χώρο και απέναντι στους πελάτες το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτηθέντων συμφωνούν απόλυτα ότι η επικοινωνία με τους πελάτες είναι ένα από τα κίνητρα από τα οποία ο εργαζόμενος παίρνει ικανοποίηση. Ο τουρισμός είναι ένας κλάδος πρώτα απ' όλα ανθρώπινος, όπου το φιλικό περιβάλλον και ο επαγγελματισμός αποτελούν τον καταλύτη που εξασφαλίζει ικανοποιημένους πελάτες, και έπειτα ανάπτυξη.

Το μεγαλύτερο κίνητρο το οποίο ωθεί τους σπουδαστές να επιλέξουν τον τουρισμό είναι το οικονομικό κομμάτι και έπειτα η επαφή με άλλους ανθρώπους. Σίγουρα η οικονομική κρίση έχει επηρεάσει αρκετά τα κίνητρά τους. Οι νέοι βασιζόμενοι στην επικοινωνία, στις δυνατότητες επαγγελματικής εξέλιξης, επέλεξαν ένα αντικείμενο σπουδών που θα τους επιτρέψει να γνωρίσουν νέους προορισμούς, νέους πολιτισμούς και να πραγματοποιήσουν τις φιλοδοξίες τους.

## ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

### Από internet:

- 1) <http://www.iobe.gr/media/meletes/tous12.pdf> (τελευταία πρόσβαση 12/10/12)
- 2) <http://www.ethnos.gr/entheta.asp?catid=22814&subid=2&pubid=63728922>  
(τελευταία πρόσβαση 12/10/12)
- 3) <http://www.ects.edu.gr/WhyStudyHospitality.pdf> (τελευταία πρόσβαση 12/12/12)
- 4) <http://www.atiner.gr/atem/ATEM-03.pdf> (τελευταία πρόσβαση 13/12/12)
- 5) [http://www.epistimonikomarketing.gr/article\\_show.php?article\\_id=718](http://www.epistimonikomarketing.gr/article_show.php?article_id=718)  
(τελευταία πρόσβαση 12/12/12)
- 6) <http://www.ethnos.gr/entheta.asp?catid=22814&subid=2&pubid=63651757>(τελευταία πρόσβαση 17/12/12)
- 7) [http://www.wttc.org/site\\_media/uploads/downloads/greecegreekfinal.pdf](http://www.wttc.org/site_media/uploads/downloads/greecegreekfinal.pdf)(τελευταία πρόσβαση 17/12/12)
- 8) <http://www.sete.gr/default.php?pname=GlobalTouristMovement&la=1>(τελευταία πρόσβαση 17/12/12)
- 9) [http://www.sete.gr/files/Media/Statistika/Greece/Basic%20Macro/120307\\_Apaxolisi%202000-2011\\_new%20layout.pdf](http://www.sete.gr/files/Media/Statistika/Greece/Basic%20Macro/120307_Apaxolisi%202000-2011_new%20layout.pdf)(τελευταία πρόσβαση 17/12/12)

- 10) [www.statistics.gr](http://www.statistics.gr) (τελευταία πρόσβαση 12/12/12)
- 11) [http://www.ehow.com/facts\\_5405303\\_tourism-good-career-choice.html](http://www.ehow.com/facts_5405303_tourism-good-career-choice.html)(τελευταία πρόσβαση 17/12/12)
- 12) World Travel and Tourism Council (τελευταία πρόσβαση 18/12/12)
- 13) <http://www.sete.gr/default.php?pname=EllinikosTourismos&la=1>(τελευταία πρόσβαση 26/12/12)
- 14) [http://www.grhotels.gr/GR/xee/Itep/DocLib2/%CE%A4%CE%BF%CF%85%CF%81%CE%B9%CF%83%CF%84%CE%B9%CE%BA%CE%AE%20%CE%95%CE%BA%CF%80%CE%B1%CE%AF%CE%B4%CE%B5%CF%85%CF%83%CE%B7%20%CE%BA%CE%B1%CE%B9%20%CE%9A%CE%B1%CF%84%CE%AC%CF%81%CF%84%CE%B9%CF%83%CE%B7%20%CE%95%CE%BE%CE%B5%CE%BB%CE%AF%CE%BE%CE%B5%CE%B9%CF%82,%20%CE%A0%CF%81%CE%BF%CE%B2%CE%BB%CE%AE%CE%BC%CE%B1%CF%84%CE%B1,%20%CE%91%CE%BD%CE%AC%CE%B3%CE%BA%CE%B5%CF%82%20%CE%BA%CE%B1%CE%B9%20%CE%A0%CE%BF%CE%BB%CE%B9%CF%84%CE%B9%CE%BA%CE%AE/16\\_%CE%9A%CE%95%CE%A6%CE%91%CE%9B%CE%91%CE%99%CE%9F\\_01.pdf](http://www.grhotels.gr/GR/xee/Itep/DocLib2/%CE%A4%CE%BF%CF%85%CF%81%CE%B9%CF%83%CF%84%CE%B9%CE%BA%CE%AE%20%CE%95%CE%BA%CF%80%CE%B1%CE%AF%CE%B4%CE%B5%CF%85%CF%83%CE%B7%20%CE%BA%CE%B1%CE%B9%20%CE%9A%CE%B1%CF%84%CE%AC%CF%81%CF%84%CE%B9%CF%83%CE%B7%20%CE%95%CE%BE%CE%B5%CE%BB%CE%AF%CE%BE%CE%B5%CE%B9%CF%82,%20%CE%A0%CF%81%CE%BF%CE%B2%CE%BB%CE%AE%CE%BC%CE%B1%CF%84%CE%B1,%20%CE%91%CE%BD%CE%AC%CE%B3%CE%BA%CE%B5%CF%82%20%CE%BA%CE%B1%CE%B9%20%CE%A0%CE%BF%CE%BB%CE%B9%CF%84%CE%B9%CE%BA%CE%AE/16_%CE%9A%CE%95%CE%A6%CE%91%CE%9B%CE%91%CE%99%CE%9F_01.pdf)(τελευταία πρόσβαση 27/12/12)
- 15) [http://www.rodostoday.gr/index.php?option=com\\_content&view=article&id=271:%CE%9F%CE%B9%20%CE%B5%CF%81%CE%B3%CE%B1%CE%B6%CF%8C%CE%BC%CE%B5%CE%BD%CE%BF%CE%B9%20%CF%83%CF%84%CE%BF%CE%BD%20%CF%84%CE%BF%CF%85%CF%81%CE%B9%CF%83%CE%BC%CF%8C&catid=52:%CE%9F%20%CE%A8%CE%A5%CE%A7%CE%9F%CE%9B%CE%9F%CE%93%CE%9F%CE%A3%20%CE%A3%CE%A5%CE%9C%CE%92%CE%9F%CE%A5%CE%9B%CE%95%CE%A5%CE%95%CE%99&Itemid=79](http://www.rodostoday.gr/index.php?option=com_content&view=article&id=271:%CE%9F%CE%B9%20%CE%B5%CF%81%CE%B3%CE%B1%CE%B6%CF%8C%CE%BC%CE%B5%CE%BD%CE%BF%CE%B9%20%CF%83%CF%84%CE%BF%CE%BD%20%CF%84%CE%BF%CF%85%CF%81%CE%B9%CF%83%CE%BC%CF%8C&catid=52:%CE%9F%20%CE%A8%CE%A5%CE%A7%CE%9F%CE%9B%CE%9F%CE%93%CE%9F%CE%A3%20%CE%A3%CE%A5%CE%9C%CE%92%CE%9F%CE%A5%CE%9B%CE%95%CE%A5%CE%95%CE%99&Itemid=79)(τελευταία πρόσβαση 04/01/13)

- 16) [http://books.google.gr/books?id=eQp1t\\_IHgzwC&pg=PA75&lpg=PA75&dq=airey+%26+frontistis+tourism+management&source=bl&ots=uJV31ox2\\_n&sig=t5WikysSJP4hmFYKqCQptktvQAg&hl=el&sa=X&ei=6Zj1UJmnK4eP4gSUx4CwDQ&ved=0CDkQ6AEwAA#v=onepage&q=airey%20%26%20frontistis%20tourism%20management&f=false](http://books.google.gr/books?id=eQp1t_IHgzwC&pg=PA75&lpg=PA75&dq=airey+%26+frontistis+tourism+management&source=bl&ots=uJV31ox2_n&sig=t5WikysSJP4hmFYKqCQptktvQAg&hl=el&sa=X&ei=6Zj1UJmnK4eP4gSUx4CwDQ&ved=0CDkQ6AEwAA#v=onepage&q=airey%20%26%20frontistis%20tourism%20management&f=false)(τελευταία πρόσβαση 04/01/2013)
- 17) [http://books.google.gr/books?id=eQp1t\\_IHgzwC&pg=PA75&lpg=PA75&dq=airey+%26+frontistis+tourism+management&source=bl&ots=uJV31ox2\\_n&sig=t5WikysSJP4hmFYKqCQptktvQAg&hl=el&sa=X&ei=6Zj1UJmnK4eP4gSUx4CwDQ&ved=0CDkQ6AEwAA#v=onepage&q=airey%20%26%20frontistis%20tourism%20management&f=false](http://books.google.gr/books?id=eQp1t_IHgzwC&pg=PA75&lpg=PA75&dq=airey+%26+frontistis+tourism+management&source=bl&ots=uJV31ox2_n&sig=t5WikysSJP4hmFYKqCQptktvQAg&hl=el&sa=X&ei=6Zj1UJmnK4eP4gSUx4CwDQ&ved=0CDkQ6AEwAA#v=onepage&q=airey%20%26%20frontistis%20tourism%20management&f=false)(τελευταία πρόσβαση 04/01/13)
- 18) <http://www.travelandtourism.com/related/tourism->(τελευταία πρόσβαση 07/01/13)
- 19) [courses.htm?tkn=AG06ipDsFRQmJj6odi1tutLo2K1DUCAYhwoTCOCgp6L3bQCFQdO3wodP28A8RACGAEgATgNUNzRoAFQ6NGgAVCZjqIBUO34jghQ4M2wCFCjo6gOUNPvsw5Q6fDiDIDa-pgPULf9mA9Q8v6YD1D5284PUOXrzg9QzLrcD1DuutwPUNK73A9Q34LfD1CRq\\_YPUO3krhBQ0\\_OxEVCDurURUKXl6RJQsKcMElCd-bsTUKPt\\_xNQieu3FVC\\_5ekVULuDxRhQhUUeG1Ca64QbUMj72x5QwtmRIVDnlfclUIOcrSIQtGtKVDcsa0pUMmv\\_0NQy6\\_\\_Q1D9gKZRUPLo-5MBUK20IJUBUMWmnZcBUIDdiKIBUOW8qqcBUMSV88ABUIyX88ABUMLKgscCUPKKyZ0DUMCE2J0DUKmlwIYGaNzRoAFo6NGgAWiZjqIBcTktpNSkuFpeggETCLLRqKL3-bQCFY5X3woduxwA0I0BRtDfBpEBxusVZBqFgSU](courses.htm?tkn=AG06ipDsFRQmJj6odi1tutLo2K1DUCAYhwoTCOCgp6L3bQCFQdO3wodP28A8RACGAEgATgNUNzRoAFQ6NGgAVCZjqIBUO34jghQ4M2wCFCjo6gOUNPvsw5Q6fDiDIDa-pgPULf9mA9Q8v6YD1D5284PUOXrzg9QzLrcD1DuutwPUNK73A9Q34LfD1CRq_YPUO3krhBQ0_OxEVCDurURUKXl6RJQsKcMElCd-bsTUKPt_xNQieu3FVC_5ekVULuDxRhQhUUeG1Ca64QbUMj72x5QwtmRIVDnlfclUIOcrSIQtGtKVDcsa0pUMmv_0NQy6__Q1D9gKZRUPLo-5MBUK20IJUBUMWmnZcBUIDdiKIBUOW8qqcBUMSV88ABUIyX88ABUMLKgscCUPKKyZ0DUMCE2J0DUKmlwIYGaNzRoAFo6NGgAWiZjqIBcTktpNSkuFpeggETCLLRqKL3-bQCFY5X3woduxwA0I0BRtDfBpEBxusVZBqFgSU)(τελευταία πρόσβαση 08/01/13)
- 20) <http://www.statistics.gr/portal/page/portal/ESYE>(τελευταία πρόσβαση 08/01/13)

- 21) <http://www.sete.gr/default.php?pname=GreekTourismMeaning&la=1>(τελευταία πρόσβαση 09/01/13)
- 22) <http://www.sete.gr/default.php?pname=GreekTourism2010&la=1>(τελευταία πρόσβαση 09/01/13)
- 23) <http://www.sete.gr/default.php?pname=GlobalTouristMovement&la=1>(τελευταία πρόσβαση 09/01/13)
- 24) <http://www.sete.gr/default.php?pname=GlobalTouristMovement2009&la=1>(τελευταία πρόσβαση 12/01/13)
- 25) <http://www.sete.gr/default.php?pname=GrowthTarget&la=1>(τελευταία πρόσβαση 12/01/13)
- 26) <http://www.sete.gr/default.php?pname=GlobalTourism&la=1>(τελευταία πρόσβαση 12/01/13)
- 27) [http://www.interbooks.gr/product\\_info.php?products\\_id=350](http://www.interbooks.gr/product_info.php?products_id=350)(τελευταία πρόσβαση 12/01/13)
- 28) [http://www.google.gr/#hl=el&tbo=d&scient=psy-ab&q=%CF%84%CE%BF%CF%85%CF%81%CE%B9%CF%83%CE%BC%CE%BF%CF%82+&oq=%CF%84%CE%BF%CF%85%CF%81%CE%B9%CF%83%CE%BC%CE%BF%CF%82+&gs\\_l=serp.3..0l4.4733.4733.0.5779.1.1.0.0.0.328.328.3-1.1.0...0.0...1c.1.5GgaI2YSReQ&pbx=1&bav=on.2,or.r\\_gc.r\\_pw.r\\_qf.&fp=f9796f523cdcab3d&biw=1280&bih=607](http://www.google.gr/#hl=el&tbo=d&scient=psy-ab&q=%CF%84%CE%BF%CF%85%CF%81%CE%B9%CF%83%CE%BC%CE%BF%CF%82+&oq=%CF%84%CE%BF%CF%85%CF%81%CE%B9%CF%83%CE%BC%CE%BF%CF%82+&gs_l=serp.3..0l4.4733.4733.0.5779.1.1.0.0.0.328.328.3-1.1.0...0.0...1c.1.5GgaI2YSReQ&pbx=1&bav=on.2,or.r_gc.r_pw.r_qf.&fp=f9796f523cdcab3d&biw=1280&bih=607)(τελευταία πρόσβαση 13/01/13)

- 29) <https://www.google.gr/search?q=%CF%84%CE%BF%CF%85%CF%81%CE%B9%CF%83%CE%BC%CE%BF%CF%82&hl=el&tbo=u&tbm=isch&source=univ&sa=X&ei=UqT9UNKVB6qo4gTV2YHoBw&sqi=2&ved=0CEwQsAQ&biw=1280&bih=607>(τελευταία πρόσβαση 13/01/13)
- 30) <http://www.investingreece.gov.gr/default.asp?pid=36&sectorID=37&la=2>(τελευταία πρόσβαση 17/01/13)
- 31) [http://kesyp.ser.sch.gr/images/stories/attachments/spoudes/otek/sloles\\_otek\\_1.2010.pdf](http://kesyp.ser.sch.gr/images/stories/attachments/spoudes/otek/sloles_otek_1.2010.pdf)(τελευταία πρόσβαση 17/01/13)
- 32) [www.otek.edu.gr](http://www.otek.edu.gr) (τελευταία πρόσβαση 17/01/13)
- 33) <http://alexakis-alexandros.blogspot.gr/2010/04/blog-post.html>(τελευταία πρόσβαση 17/01/13)
- 34) <http://www.aster.edu.gr/>(τελευταία πρόσβαση 18/01/13)
- 35) <http://traveldailynews.gr/columns/article/1890>(τελευταία πρόσβαση 18/01/13)
- 36) [http://www.special-edition.gr/pdf\\_ees/pdf\\_ees\\_52/mira.pdf](http://www.special-edition.gr/pdf_ees/pdf_ees_52/mira.pdf)(τελευταία πρόσβαση 18/01/13)
- 37) <http://www.greektourism2020.gr/otourismosmasshmera.html>(τελευταία πρόσβαση 18/01/13)

## Ελληνική Βιβλιογραφία

- 1) Δημήτρης Γ. Λαγός (2005), Τουριστική Οικονομική « Τουρισμός και Αναψυχή», Εκδόσεις Κριτική, Αθήνα
- 2) William C. Gartner (2001), «Τουριστική Ανάπτυξη», Εκδόσεις “ΕΛΛΗΝ”, Αθήνα
- 3) Leonard J. Lickorish – Carson L. Jenkis (2004), «Μια εισαγωγή στον Τουρισμό», Εκδόσεις Κριτική, Αθήνα
- 4) Δρ. Χ.Α. Βασιλειάδης (2009), «Η διοικητική του Marketing των Τουριστικών Προορισμών, Εκδόσεις ΑΘ. Σταμούλης, Αθήνα
- 5) Ευάγγελος Σ. Χρήστου (1999), «Έρευνα Τουριστικής Αγοράς», Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα
- 6) Ακριβός Χ., Κατσώνη Β., Καρατζαβέλου Β., (2006), «Ανάπτυξη Δικτύων Εθνικών και Διεθνικών Συνεργασιών:Ελληνικά και Ευρωπαϊκά Προγράμματα Τουριστικής Εκπαίδευσης κατά Επίπεδο και Ειδικότητα, Αθήνα
- 7) Βεργίδης Δ., Καραλής Θ., (1999), «Εκπαίδευση Ενηλίκων: Σχεδιασμός, Οργάνωση και Αξιολόγηση Προγραμμάτων, Ανοιχτό Ελληνικό Πανεπιστήμιο Πάτρα
- 8) Μπεχράκης Θ., (1999), Πολυδιάστατη Ανάλυση Δεδομένων: Μέθοδοι και Εφαρμογές, Εκδόσεις Λιβάνης, Αθήνα

## Ξενογλώσση Βιβλιογραφία

- 1) Adamson S.J, Dotherty N., Viney C., (1998), "The meanings of career revisited: implications for theory and practice", *British Journal of Management*, 9(4), pp251-259
- 2) Airey D., Frontistis A. (1997): "Attitudes to careers in tourism: an Aglo-Greek comparison", *Tourism Management*,8(3),pp149-158
- 3) Brauch Y, (2004), "Transforming careers: from linear to multi-directional career paths", *Career Development International*, 9(1),pp 58-73
- 4) Chisnal P.M, (1986), *Marketing Research*, Mc Graw-Hill, 3<sup>rd</sup> ed
- 5) Feldman D.C, (2003), "The antecedents and consequences of early career indecision among young adults", *Human Resource Management Review*, 13(3), pp.499-531
- 6) Larsoon R.M, Driver M., Holmqvist M., Sweet P. (2001), "Career disintegration and re-integration in mergers and acquisitions: managing competence and motivational intangibles", *European Management Journal*,19(6), pp.609-618
- 7) O' Neil D.A, Bilimoria D. (2005), "Women's Career Development Phases: Idealism, Endurance and Reinvention", *Career Development International*, 10(3), pp. 168-189
- 8) Schmidt R. (2002), A student's initial perception of value when selecting a college: An application of value added. *Quality Assurance in Education*, 10(1), pp.37-39
- 9) Zhao J.L (1991), "A current look at hospitality and tourism education in China's College and universities" ,*International Journal of Hospitality Management*, 10(4), pp.357-367



10) Swarbrooke J. (1999), Sustainable Tourism Management , CABI Publishing, London, p.61

## ΕΙΚΟΝΕΣ



Εικόνα 1 Σαντορίνη



Εικόνα 2 Ξενοδοχειακό Συγκρότημα



Εικόνα 3 Τουρίστες στην Ακρόπολη



Εικόνα 4 Ζάκυνθος



Εικόνα 5 Κοινωνικό μήνυμα

## ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Α΄

### Για ποιους λόγους οι σπουδαστές επιλέγουν τον τουρισμό ως εκπαιδευτική κατεύθυνση. κίνητρα και προσδοκίες

Λύω ορίσατε!

Οπός αυτού του ερωτηματολογίου είναι να με βοηθήσει στη έρευνα για την πτυχιακή μου σχετικά με τους λόγους λογής του τουρισμού ως εκπαιδευτική κατεύθυνση, τα κίνητρα και τις προσδοκίες των φοιτητών. Έρευνα έχει ως σκοπό να διερευνήσει το ζήτημα, από την πλευρά αυτών που σπουδάζαν το σχετικό αντικείμενο και οφοίτησαν πρόσφατα. Οι απαντήσεις σας είναι **απολύτως εμπιστευτικές** και θα χρησιμοποιηθούν **αποκλειστικά** για τις σκοπούς αυτής της έρευνας. Η έρευνα επιβλέπεται από τον υπεύθυνο καθηγητή της πτυχιακής μου μήτριο Στεργίου και εκπονείται από την φοιτήτρια Κόντη Άννα του Τεχνολογικού Εκπαιδευτικού Ιδρύματος, του τμήματος οίκτησης Τουριστικών Επιχειρήσεων, της σχολής Διοίκησης και Οικονομίας.

συμμετοχή σας εκτιμάται ιδιαίτερως.

Υπάρχουν 22 ερωτήσεις σε αυτό το ερωτηματολόγιο

#### Γενικά χαρακτηριστικά Ερωτηθέντων

\*Παρακαλώ επιλέξτε το σχετικό κουτί

- Γυναίκα
- Άνδρας

\*Τι ηλικία έχετε; Επιλέξτε το σχετικό κουτί

Απάντηση

*Μόνο αριθμητικές τιμές επιτρέπονται σε αυτό το πεδίο*

\*Η τουριστική εκπαίδευση ήταν η πρώτη σας επιλογή;

- Ναι
- Όχι

\*Η οικογένειά σας, έχει στην ιδιοκτησία της κάποια τουριστική επιχείρηση;

- Ναι
- Όχι

**\* Εάν ναι; Τι είδους επιχείρηση έχει;**  
**Επιλέξτε καθετί που εφαρμόζει**

- Ξενοδοχειακή Επιχείρηση
- Ενοικιαζόμενα Δωμάτια
- Άλλο:

**Η εργασία σε επίπεδο ανθρωπίνων σχέσεων**

**\* Γνωρίζω νέους ανθρώπους στο περιβάλλον μου**  
**Επιλέξτε μια από τις παρακάτω απαντήσεις**

Παρακαλώ επιλέξτε

**\* Μου αρέσει η επικοινωνία- επαφή με άλλους ανθρώπους**  
**Επιλέξτε μια από τις παρακάτω απαντήσεις**

Παρακαλώ επιλέξτε

**\* Αισθάνομαι άνετα και όμορφα να εξυπηρετώ πελάτες**  
**Επιλέξτε μια από τις παρακάτω απαντήσεις**

Παρακαλώ επιλέξτε

**\* Αισθάνομαι ικανοποίηση όταν βλέπω ευχαριστημένους πελάτες έπειτα από την εξυπηρέτηση που τους δόθηκε**  
**Επιλέξτε μια από τις παρακάτω απαντήσεις**

Παρακαλώ επιλέξτε

**\* Η προσωπική επαφή με άλλους ανθρώπους σε κάνει να μαθαίνεις καινούργια πράγματα**  
**Επιλέξτε μια από τις παρακάτω απαντήσεις**

Παρακαλώ επιλέξτε

**\* Οι ευθύνες είναι πολλές**  
**Επιλέξτε μια από τις παρακάτω απαντήσεις**

Παρακαλώ επιλέξτε

Παρακαλώ επιλέξτε...

**\*Οι συνθήκες στο εργασιακό περιβάλλον είναι καλές**  
Επιλέξτε μια από τις παρακάτω απαντήσεις

Παρακαλώ επιλέξτε

Παρακαλώ επιλέξτε...

**\*Ο ανταγωνισμός στον συγκεκριμένο εργασιακό χώρο είναι έντονος**  
Επιλέξτε μια από τις παρακάτω απαντήσεις

Παρακαλώ επιλέξτε

Παρακαλώ επιλέξτε...

**\*Υπάρχουν διακρίσεις στο φύλο των εργαζόμενων στον τουριστικό τομέα**  
Επιλέξτε μια από τις παρακάτω απαντήσεις

Παρακαλώ επιλέξτε

Παρακαλώ επιλέξτε...

#### Τουρισμός και σταδιοδρομία σε αυτόν

**\*Όσοι εργάζονται στην τουριστική βιομηχανία αντιμετωπίζονται με σεβασμό από την κοινωνία**  
Επιλέξτε μια από τις παρακάτω απαντήσεις

Παρακαλώ επιλέξτε

Παρακαλώ επιλέξτε...

**\*Υπάρχουν προοπτικές επαγγελματικής εξέλιξης**  
Επιλέξτε μια από τις παρακάτω απαντήσεις

Παρακαλώ επιλέξτε

Παρακαλώ επιλέξτε...

**\*Ο τουρισμός για την Ελλάδα είναι βασικός πυλώνας για την οικονομία**  
Επιλέξτε μια από τις παρακάτω απαντήσεις

Παρακαλώ επιλέξτε

Παρακαλώ επιλέξτε...

**\*Υπάρχει ανασφάλεια για το μέλλον σε αυτόν τον κλάδο**  
Επιλέξτε μια από τις παρακάτω απαντήσεις

Παρακαλώ επιλέξτε

Παρακαλώ επιλέξτε...

**\*Ο τουριστικός κλάδος έχει επηρεαστεί αρκετά από την οικονομική κρίση**  
Επιλέξτε μια από τις παρακάτω απαντήσεις

Παρακαλώ επιλέξτε

Παρακαλώ επιλέξτε...

**\*Οι σπουδές πάνω στον τουρισμό είναι απαραίτητες για την απασχόληση σε αυτόν. Επιλέξτε μια από τις παρακάτω απαντήσεις**

Παρακαλώ επιλέξτε

Παρακαλώ επιλέξτε...

**\*Για ποιούς λόγους επιλέξατε τον τουριστικό τομέα για την εκπαιδευτική και επαγγελματική σας κατεύθυνση;**

**\*Ποιες είναι οι προσδοκίες σας από τον τουριστικό τομέα;**

Απάντηση



Σας ευχαριστώ πολύ για την συμμετοχή σας!!!