



ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ

ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

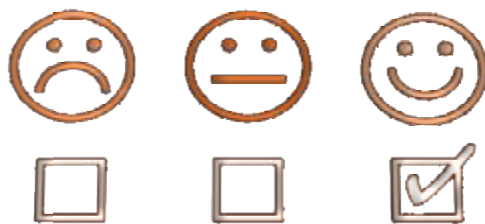
ΤΜΗΜΑ : ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΩΝ ΚΑΙ
ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΜΟΝΑΔΩΝ

Τίτλος Εργασίας :

Ο βαθμός ικανοποίησης από την εργασία, εργαζομένων στις ξενοδοχειακές μονάδες

Επιβλέπουσα Καθηγήτρια : κα. Βασιλοπούλου Παναγιώτα

Σπουδάστρια : Παράσχου Μαρία



Πύργος-2018

ΥΠΕΥΘΥΝΗ ΔΗΛΩΣΗ ΠΕΡΙ ΜΗ ΛΟΓΟΚΛΟΠΗΣ

Βεβαιώνω ότι είμαι η συγγραφέας αυτής της εργασίας και ότι κάθε βοήθεια την οποία είχα για την προετοιμασία αυτής, είναι πλήρως αναγνωρισμένη και αναφέρεται στην εργασία. Επίσης έχω αναφέρει τις όποιες πηγές από τις οποίες έκανα χρήση δεδομένων, ιδεών ή λέξεων, είτε αυτές αναφέρονται ακριβώς είτε παραφρασμένες. Ακόμη δηλώνω ότι αυτή η γραπτή εργασία προετοιμάστηκε από εμένα προσωπικά και αποκλειστικά και ειδικά για την συγκεκριμένη πτυχιακή εργασία ότι θα αναλάβω πλήρως τις συνέπειες εάν αποδειχθεί ότι η εργασία αυτή δεν μου ανήκει.

ΟΝΟΜΑΤΕΠΩΝΥΜΟ ΣΠΟΥΔΑΣΤΗ

ΑΡΙΘΜ. ΜΗΤΡΩΟΥ

ΥΠΟΓΡΑΦΗ

.....

.....

.....

Ευχαριστίες

Θα ήθελα να ευχαριστήσω για την καθοδήγηση που μου προσέφερε καθ' όλη την διάρκεια της συγγραφής της πτυχιακής εργασίας ,την καθηγήτρια κα. Βασιλοπούλου Παναγιώτα. Επίσης, δύο άτομα που με τον δικό τους τρόπο συνέβαλαν στην ολοκλήρωση αυτής, την αδερφή μου Παράσχου Δήμητρα και την καλή μου φίλη Κοθρά Χριστίνα. Τέλος, δεν θα μπορούσα να μην συμπεριλάβω την συνοδοιπόρο μου σε όλο αυτό το «ταξίδι» Γκαμίλη Ελένη.

Αφιερώνω αυτή την εργασία στους γονείς μου.

Περίληψη

Στα πλαίσια της ολοκλήρωσης των προπτυχιακών σπουδών μου πραγματοποιείται η συγγραφή της παρούσας πτυχιακής εργασίας, η οποία διερευνά και πραγματεύεται ένα ουσιώδες θέμα στον τομέα του τουρισμού. Έτσι, εκπονείται η συγκεκριμένη εργασία με σκοπό να συνδράμει, μέσω μιας ερευνητικής διαδικασίας, στην διεύρυνση των γνώσεων μα για το κατά πόσο τα άτομα που απασχολούνται στον τομέα του τουρισμού λαμβάνουν κάποιου είδους ικανοποίηση μέσω της εργασίας τους και σε ποιόν βαθμό.

Για τους λόγους αυτούς η διάρθρωση της παρούσας εργασίας είναι αυτή η οποία θα συνδράμει τα μέγιστα στην επίτευξη του στόχου της. Πρώτον, αναλύεται ολόκληρο το θεωρητικό πλαίσιο πάνω στο οποίο βασίζεται η έρευνα. Εν συνεχεία, ορίζονται πλήρως όλες οι εμπλεκόμενες έννοιες με τρόπο σαφή ούτως ώστε να γίνουν κατανοητές ακόμα και σε αναγνώστες χωρίς ειδικές γνώσεις. Επιπλέον, βασικό κομμάτι της εργασίας αποτελούν οι τέσσερις θεωρίες παρακίνησης οι οποίες ορίζονται και αναλύονται. Επιπροσθέτως, μεγάλο μέρος της συγγραφής αφιερώνεται στην μεθοδολογία η οποία ακολουθείται στα πλαίσια της έρευνας, ενώ τέλος, παρουσιάζονται αναλυτικά τα ευρήματα της καθώς και καταγράφονται τα συμπεράσματα και διαφορές χρήσιμες προτάσεις.

Λέξεις – Κλειδιά : εργασιακή ικανοποίηση, ξενοδοχεία, έρευνα, εργαζόμενοι, παρακίνηση, Διοίκηση Ανθρωπίνων Πόρων (ΔΑΠ)

Πίνακας Περιεχομένων

Περίληψη	3
Εισαγωγή	6
Κεφάλαιο 1 ^ο	6
1.1 Θεωρητικό Πλαίσιο	6
1.2 Σκοπός και Σκοπιμότητα	7
1.3 Ερευνητική Υπόθεση.....	7
Κεφάλαιο 2 ^ο	7
2.1.1 Ο ορισμός του τουρισμού	7
2.1.2 Η λέξη τουρισμός και οι απαρχές του τουρισμού στην Ελλάδα.....	8
2.1.3 Διακρίσεις του τουρισμού και εναλλακτικές μορφές	9
2.1.4 Τουρίστες και Ταξιδιώτες.....	9
2.2 Ορισμός ξενοδοχειακού κλάδου και οι κατηγορίες των ξενοδοχείων.....	9
2.2.1 Ορισμός του ξενοδοχειακού κλάδου	9
2.2.2 Κατηγορίες ξενοδοχείων.....	10
2.3 Ορισμός εργασιακής ικανοποίησης (Job Satisfaction)	11
2.4 Ορισμός της Διοίκησης Ανθρωπίνων Πόρων (ΔΑΠ).....	12
2.4.1 Ορισμός της ΔΑΠ.....	12
2.4.2 Εργασίες της ΔΑΠ.....	12
2.5 Η συμβολή του τουρισμού στην απασχόληση.....	13
Κεφάλαιο 3- Θεωρίες για τα κίνητρα παρακίνησης	14
3.1 Ποιος και γιατί χρησιμοποιεί τις θεωρίες παρακίνησης;	14
3.2 Τι δηλώνει ο όρος παρακίνηση.....	14
3.3 Οι θεωρίες παρακίνησης.....	15
3.3.1 Maslow (1943).....	15
3.3.2 McClelland (1943).....	16
3.3.3 McGregor (1960)	17
3.3.4 Herzberg (1953).....	17

Κεφάλαιο 4 ^ο - Η μεθοδολογία της έρευνας	18
4.1 Οι σκοποί της επιστημονικής έρευνας.....	18
4.1.1 Τα είδη των ερευνών.....	18
4.1.2 Χρονικά Περιθώρια	20
4.1.3 Πηγές Δεδομένων	20
4.1.4 Επιλογή του πληθυσμού και του δείγματος.....	21
4.1.5 Επιλογή της μεθόδου και της τεχνικής	21
4.2 Η συγκεκριμένη έρευνα.....	22
4.2.1 Το δείγμα	22
4.2.2 Χρονική Διάρκεια	22
4.2.3 Μεθοδολογικό Εργαλείο.....	22
4.2.4 Προσδοκώμενα Αποτελέσματα	23
Κεφάλαιο 5ο – Ανάλυση των αποτελεσμάτων και περιγραφή του προγράμματος SPSS ...	23
5.1 Λίγα λόγια για το πρόγραμμα	23
5.2 Παρουσίαση και ανάλυση των αποτελεσμάτων	24
Συμπεράσματα	54
Προτάσεις	54
Βιβλιογραφία.....	56
Ηλεκτρονική Βιβλιογραφία	56
Παράρτημα	58

Εισαγωγή

Η παρούσα εργασία έχει ως επίκεντρό της έναν βαρυσήμαντο κλάδο της ελληνικής οικονομίας, αυτόν του τουρισμού. Συγκεκριμένα επικεντρώνεται στον ανθρώπινο παράγοντα, δηλαδή, στα άτομα εκείνα που προσφέρουν τις υπηρεσίες τους στον τομέα του τουρισμού μέσω των ξενοδοχειακών μονάδων της χώρας. Βεβαίως, ο βασικός στόχος είναι να διερευνήσει κατά πόσο οι εργαζόμενοι αυτοί λαμβάνουν ικανοποίηση από τον εργασιακό τους χώρο. Αυτός ο σκοπός θα υλοποιηθεί μέσω μιας ερευνητικής διαδικασίας, βασισμένη στην διανομή ερωτηματολογίων.

Για την λεπτομερέστερη μελέτη του αντικειμένου αυτού, θεωρείται σκόπιμη η διαίρεση της συγκεκριμένης εργασίας σε πέντε κεφάλαια. Αρχικά, θα πραγματοποιηθεί μία πλήρης και λεπτομερής ανάλυση του θεωρητικού πλαισίου πάνω στο οποίο θα βασιστεί η έρευνα. Ενώ παράλληλα θα δοθεί με σαφήνεια ο σκοπός και η σκοπιμότητα της συγκεκριμένης, ερευνητικής υπόθεσης, προκειμένου να εξασφαλιστεί η αποφυγή παρανοήσεων ή γκριζών σημείων. Στην συνέχεια, με γνώμονα πάντα την πλήρη κατανόηση όλου του εύρους της μελέτης, το δεύτερο κεφάλαιο θα αφιερωθεί στον ορισμό όλων των βασικών και επιμέρους εννοιών που θα χρησιμοποιηθούν στην συνέχεια. Με άλλα λόγια, θα καθοριστούν πλήρως οι έννοιες του τουρισμού, του ξενοδοχειακού κλάδου και των κατηγοριών στις οποίες εμπίπτουν τα ξενοδοχεία, της εργασιακής ικανοποίησης και τέλος της διοίκησης των ανθρωπίνων πόρων (ΔΑΠ).

Το τρίτο κεφάλαιο της εργασίας θα πραγματευτεί τις τέσσερις θεωρίες παρακίνησης. Πρωτίστως θα προσεγγίσει τις θεωρίες από την πλευρά εκείνων που τις χρησιμοποιούν, θα αναλύσει πλήρως την έννοια της παρακίνησης και τέλος θα εμβαθύνει σε κάθε μία ξεχωριστά, τονίζοντας παράλληλα την χρησιμότητά τους. Ουσιαστικής σημασίας είναι το επόμενο κεφάλαιο της παρούσας έρευνας, το οποίο θα παρουσιάζει και θα αναλύσει την μεθοδολογία που θα ακολουθήσει για την υλοποίησή της και την εξαγωγή έγκυρων αποτελεσμάτων. Με απλά λόγια, κρίνεται απαραίτητη η λεπτομερής ανάλυση όλων των παραμέτρων μιας ερευνητικής διαδικασίας σε θεωρητικό πλαίσιο και στη συνέχεια η συγκεκριμενοποίησή τους και η σύνδεσή τους με την παρούσα έρευνα.

Τέλος, το ίσως πιο ουσιαστικό κομμάτι της συγγραφής αυτής έγκειται στην παρουσίαση των αποτελεσμάτων που προέκυψαν από την έρευνα. Θα επιχειρηθεί η παρουσίαση του προγράμματος SPSS και στην συνέχεια θα δοθούν τα αποτελέσματα με τρόπο περιγραφικό και αναλυτικό, ούτως ώστε τα ευρήματα να βοηθήσουν τον κλάδο του τουρισμού μέσω της αύξησης της ικανοποίησης των εργαζομένων. Όλα αυτά θα πραγματοποιηθούν μέσω των συμπερασμάτων και συγκεκριμένων προτάσεων.

Κεφάλαιο 1^ο

1.1 Θεωρητικό Πλαίσιο

Το περιεχόμενο της συγκεκριμένης πτυχιακής εργασίας διαιρείται σε δύο επιμέρους θεματικές ενότητες. Στην πρώτη ενότητα, όπως παρατηρείται και στα περιεχόμενα, γίνεται μία διαφορετική προσέγγιση του θέματος συγκριτικά με την δεύτερη και αμιγώς πρακτικότερη. Σε ένα πρώτο στάδιο, το θέμα διερευνάται από την οπτική της βιβλιογραφίας. Γίνεται μία προσπάθεια να εντοπιστούν βιβλιογραφικές αναφορές, οι οποίες συμβάλλουν τα μέγιστα στην κατανόηση αυτού.

Επιπλέον, παρουσιάζονται και αναλύονται κάποιοι ορισμοί εννοιών, οι οποίοι όχι μόνο εισάγουν τον αναγνώστη στο κεντρικό θέμα της εργασίας αλλά και θα τον βοηθούν να κατανοήσει σε μεγαλύτερο βαθμό έννοιες που θα επακολουθήσουν. Οι ορισμοί αυτοί εκφράζονται με περιεκτικό τρόπο και με λέξεις κλειδιά που τους κάνουν πιο εύκολα κατανοητούς. Για να επακολουθήσουν κάποιες θέσεις που εκφράστηκαν από ορισμένους ερευνητές, με την χρήση των οποίων εξηγείται για πιο λόγο πρέπει να πραγματοποιείται η

αξιολόγηση των εργαζομένων και πως οι εργαζόμενοι θα πετύχουν υψηλά ποσοστά κατά την διαδικασία αυτής.

1.2 Σκοπός και Σκοπιμότητα

Η συγγραφή της συγκεκριμένης πτυχιακής εργασίας έχει διττό στόχο. Πρωταρχικός σκοπός της αποτελεί ο εντοπισμός και η παρουσίαση σε θεωρικό επίπεδο, κάποιων θέσεων πάνω στην εργασιακή ικανοποίηση που λαμβάνουν οι εργαζόμενοι στον χώρο των ελληνικών ξενοδοχείων Συνάμα, διερευνά, με πραγματικά ποσοστά, κατά πόσο η εργασία στις μέρες μας στον ξενοδοχειακό κλάδο φέρει τα επιθυμητά αποτελέσματα, από την πλευρά των ξενοδοχείων και των ίδιων των εργαζομένων σε αυτά.

Επακόλουθο της έρευνας αυτής αποτελεί η ανάλυση των αποτελεσμάτων της, προκειμένου να διαπιστωθεί εάν οι θέσεις που εντοπίστηκαν αρχικά, συνάδουν με εκείνες που εκφράζουν οι ίδιοι οι εργαζόμενοι. Με αυτό τον τρόπο θα μπορέσουν να γίνουν κάποιες περισσότερο στοχευμένες προτάσεις, οι οποίες θα συμβάλουν στην ομαλότερη λειτουργία των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων καθώς το προσωπικό θα ανταμείβεται, από όλες τις πλευρές, καλύτερα για την εργασία που προσφέρει και κατά συνέπεια θα γίνεται πιο παραγωγικό και αποτελεσματικό.

1.3 Ερευνητική Υπόθεση

Μετά την πλήρη θεωρητική ανάλυση του θέματος, πραγματοποιείται η κατασκευή ενός ερωτηματολογίου μέσω του οποίου γίνεται μία προσπάθεια να εξετασθεί η ικανοποίηση των εργαζομένων από την εργασία τους, μέσα από πραγματικές απαντήσεις που δίνουν οι ίδιοι. Το συγκεκριμένο ερωτηματολόγιο μετά την ολοκλήρωση της συγγραφής του θα διανεμηθεί στο εργατικό δυναμικό ξενοδοχειακών μονάδων της τάξης των τεσσάρων και των πέντε αστέρων αντίστοιχα. Με αυτό τον τρόπο θα μπορέσουμε να εξασφαλίσουμε ένα feed back προκειμένου να γίνουν οι ανάλογες μετρήσεις.

Εφόσον λοιπόν, η ανατροφοδότηση (feed back) φτάσει σε ένα ικανοποιητικό ποσοστό τότε σε ένα δεύτερο στάδιο θα γίνει η καταμέτρηση όλων των απαντήσεων. Οι απαντήσεις, οι οποίες θα εκφράζονται πλέον αριθμητικά, σε ποσοστά επί τοις εκατό (%), θα είναι σε θέση να μας δώσουν κάποια ξεκάθαρα μηνύματα όσον αφορά την ικανοποίηση που λαμβάνουν οι εργαζόμενοι στον τομέα των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων. Έτσι, με αυτό τον τρόπο μπορούν να εξαχθούν κάποια συμπεράσματα είτε θετικά είτε αρνητικά. Στην περίπτωση βέβαια, των αρνητικών θέσεων κατά κύριο λόγο, θα ήταν ωφέλιμο να γίνει μία καταγραφή ορισμένων προτάσεων, όπου θα προτείνονται τρόποι αντιμετώπισης αυτών των χαρακτηριστικών.

Κεφάλαιο 2^ο

2.1.1 Ο ορισμός του τουρισμού

Ο τουρισμός ορίζεται συνήθως ως το σύνολο υπηρεσιών για τους ανθρώπους που ταξιδεύουν έξω από το συνηθισμένο περιβάλλον τους για λιγότερο από ένα διαδοχικό έτος, είτε για διακοπές είτε για υπηρεσιακούς λόγους. Αυτός ο τομέας δεν αρμόζει εύκολα σε οποιαδήποτε τρέχουσα ταξινόμηση βιομηχανίας, αλλά καλύπτεται από ένα ευρύ φάσμα των επιχειρησιακών δραστηριοτήτων από την ταξινόμηση NACE¹. Ο τουρισμός περιλαμβάνει τη

¹ Τα αρχικά NACE προέρχονται από την γαλλική φράση Nomenclature Statique des Activite economiques dans la Communaute Europeene και χρονολογείται κάπου στο 1970. Αποτελεί την Στατιστική ταξινόμηση των οικονομικών δραστηριοτήτων στην Ευρωπαϊκή Κοινότητα. Εκδηλώνει την οικονομική δραστηριότητα σε τομείς όπως η παραγωγή, η απασχόληση, οι εθνικοί λογαριασμοί (μακροοικονομικοί), κ.α. στην Ευρωπαϊκή Ένωση (ΕΕ). (Eurostat, 2015)

μεταφορά, τη στέγαση, τα εστιατόρια, τις πολιτιστικές δραστηριότητες και τον ελεύθερο χρόνο και θα μπορούσε να αντιμετωπιστεί αποτελεσματικότερα και να αξιολογηθεί ως αγορά παρά ως βιομηχανία. Ως ένας από τους τομείς ταχύτατης ανάπτυξης στην Ευρωπαϊκή οικονομία, ο τουρισμός συμβάλλει σημαντικά στην οικονομία της Ευρωπαϊκής Ένωσης. (Κατσώνη, 2006)

Μια δεύτερη προσέγγιση αναφέρει πως ο τουρισμός αποτελεί μια διαχρονική «εφεύρεση». Η ίδια η λέξη δεν υπήρχε στο αγγλικό λεξιλόγιο μέχρι τον περασμένο αιώνα ενώ αργότερα απέκτησε αρνητικούς συνειρμούς: υποδήλωνε τα φτηνά ομαδικά ταξίδια και συνοδευόταν από ένα είδος βρετανικής υπεροψίας απέναντι στους ξένους. Αντίθετα, οι λέξεις «ταξίδι» και «ταξιδιώτης» διατήρησαν τη θετική σημασία τους, καθώς συνδεόταν με την εικόνα των πρώτων ταξιδιωτών, οι οποίοι προέρχονταν από μια πλούσια, μορφωμένη ή αριστοκρατική ελίτ. Επομένως, το ταξίδι για ευχαρίστηση και αναψυχή είναι σχετικά καινούργια έννοια. (Leonard J. Lickorish, Carson L. Jenkins, 2004)

Επιπλέον, από μια τρίτη οπτική γωνία ο τουρισμός παρουσιάζεται σαν ένα πολύμορφο φαινόμενο, που περιλαμβάνει το σύνολο των μετακινήσεων που γίνονται για μορφωτικούς λόγους ή για αναψυχή, τις αιτίες του και τις πολλαπλές του επιδράσεις στην οικονομία και στο τοπίο των ενδιαφερόμενων περιοχών. Ο τουρισμός απασχόλησε στις πολλαπλές εκδηλώσεις του διάφορες επιστήμες, κυρίως την οικονομία και την γεωγραφία. Από την άποψη των οικονομολόγων ο τουρισμός μπορεί να θεωρηθεί ως κατηγορία της οικονομικής κυκλοφορίας, δηλαδή φαινόμενο μεταφοράς εισοδημάτων μεταξύ των διαφόρων γεωγραφικών περιοχών, φαινόμενο που αποκτά ιδιαίτερη σημασία όταν οι περιοχές αυτές ανήκουν σε διαφορετικά κράτη, γιατί στην περίπτωση αυτή η μεταφορά των εισοδημάτων, δηλαδή τα έξοδα που κάνουν οι τουρίστες στην χώρα φιλοξενίας, περιλαμβάνονται στους λεγόμενους «άδηλους πόρους» του ισοζυγίου πληρωμών. Για τους γεωγράφους, αντίθετα, ο τουρισμός είναι ένας παράγοντας που συντελεί στην αλλαγή και καμία φορά στην παραμόρφωση του τοπίου κι έτσι περιλαμβάνεται στις ανθρώπινες ενέργειες στο χώρο, που αποτελούν αντικείμενο της γενικής και περιφερειακής γεωγραφίας.

2.1.2 Η λέξη τουρισμός και οι απαρχές του τουρισμού στην Ελλάδα.

Η λέξη *tourism* στην αγγλική γλώσσα ή αλλιώς *tourisme* στη γαλλική ή ακόμα και *turnus* ή *tornare* στη λατινική έχει βαθιά τις ρίζες της στην αρχαία ελληνική λέξη *τόρνος*. Ο *τόρνος* αποτελεί ένα κατασκεύασμα της αρχαιότητας, που χρησιμοποιείται και ως της μέρες μας, το οποίο επεξεργάζεται και μορφοποιεί τα υλικά (π.χ. ξύλο) μέσω της περιστροφής και της σύσφιξης αυτών. Με τον δανεισμό της λέξης *τόρνος* και σε άλλες γλώσσες μεταφέρθηκε η σημασία της περιστροφής αλλά πλέον με την έννοια της περιήγησης και του ταξιδιού. Η λέξη *τουρισμός* χρησιμοποιήθηκε, όπως αναφέρθηκε και στον ορισμό της, τον 19^ο αιώνα, όταν η Αγγλική ελίτ πραγματοποιούσε ταξίδια αναψυχής πέρα από τη χώρα της. (Kefalonia, 2017).

Στην Ελλάδα η τουριστική κίνηση συγκεντρωνόταν ως τον Β΄ Παγκόσμιο Πόλεμο σε περιοχές με ιδιαίτερο αρχαιολογικό ενδιαφέρον (Αθήνα, Ναύπλιο για Επίδαυρο και Μυκήνες, Ολυμπία, Δελφοί κλπ.). Μετά τον πόλεμο αναπτύχθηκαν τουριστικά παραθαλάσσιες περιοχές, αρχικά οι ακτές της Αττικής, τα νησιά του Σαρωνικού, οι ακτές του Κορινθιακού, περιοχή του Ναυπλίου καθώς και τα νησιά Ρόδος, Κέρκυρα, Μύκονος κλπ. Αργότερα, η δημιουργία ξενοδοχειακών εγκαταστάσεων και έργων τουριστικής υποδομής επεκτάθηκε βαθμιαία στις περισσότερες παραθαλάσσιες περιοχές και στα νησιά της χώρας. Η περίοδος από το 1945, δηλαδή τα μεταπολεμικά χρόνια, μέχρι σήμερα αποτελεί την «απογειώση» της τουριστικής δραστηριότητας. Αποτελεί περίοδο τεχνολογικών επαναστάσεων, μαζικής βιομηχανικής ανάπτυξης και αύξηση του καθαρού διαθέσιμου εισοδήματος. Η συνεχής αύξηση του Ακαθάριστου Εθνικού Προϊόντος (ΑΕΠ) έδωσε ώθηση στην αύξηση των

ταξιδιών με ρυθμό μεγαλύτερο του 6% ετησίως. (Leonard J. Lickorish, Carson L. Jenkins, 2004)

2.1.3 Διακρίσεις του τουρισμού και εναλλακτικές μορφές

Διερευνώντας τον ορισμό του τουρισμού δεν μπορεί κανείς να μην παρατηρήσει τον διαχωρισμό που γίνεται κάτω από την συγκεκριμένη έννοια. Αρχικά, με μια ματιά ο πρώτος διαχωρισμός γίνεται με βάση την προέλευση του ξένου τουρίστα. Δηλαδή, εάν ο τουρίστας προέρχεται από κάποια ξένη χώρα τότε μιλάμε για τον λεγόμενο εξωτερικό τουρισμό. Αντίθετα, εάν ο ντόπιος πληθυσμός πραγματοποιεί κάποιο ταξίδι εντός της χώρας του, κάνουμε λόγο για τον εσωτερικό τουρισμό. Και στις δυο περιπτώσεις το ταξίδι πραγματοποιείται στο πλαίσιο της ίδιας χώρας. Επιπλέον, σε ένα δεύτερο στάδιο η έννοια υπόκειται σε έναν ακόμη διαχωρισμό, αυτόν του εισερχόμενου (inbound tourism) και του εξερχόμενου (outbound tourism). Στην πρώτη περίπτωση ο τουρισμός προέρχεται από κάποια ξένη χώρα, όπως και στον εξωτερικό τουρισμό. Ενώ στην δεύτερη, οι τουρίστες είναι ο ντόπιος πληθυσμός ο οποίος, όμως, αυτή τη φορά σε αντίθεση με τον εσωτερικό τουρισμό, πραγματοποιεί ταξίδια εκτός της χώρας μόνιμης κατοικίας του.

Εν συνεχεία μπορεί να γίνει και κάποιος επιπλέον διαχωρισμός, αυτή τη φορά με βάση τα κίνητρα του ταξιδιού, τα οποία δεν είναι συνηθισμένα (π.χ. λόγοι αναψυχής). Σε αυτές τις κατηγορίες τα ταξίδια μπορούν να πραγματοποιηθούν είτε στο πλαίσιο μιας ομάδας είτε και όχι. Βέβαια, το αρχικό κίνητρο μπορεί να μην είναι η ψυχαγωγία αλλά μπορεί εν τέλει και να τα συνδυάζει. Γίνεται λόγος, λοιπόν, για εναλλακτικές μορφές τουρισμού, όπως είναι ο θρησκευτικός τουρισμός όπου κίνητρο αποτελεί η πίστη του ανθρώπου προς κάποια θρησκεία, ο τουρισμός «περιπέτειας» με σκοπό την ανάβαση παραδείγματος χάριν σε απότομους βράχους, το kayak, η πτώση με αλεξίπτωτο και άλλες παρόμοιες δραστηριότητες, ο θαλάσσιος τουρισμός όπου οι τουρίστες εξερευνούν τον κόσμο της θάλασσας με βιωματικό τρόπο και ο οινικός τουρισμός ο οποίος μπορεί να συνδυαστεί με τον γαστρονομικό τουρισμό με κίνητρο την γευστική δοκιμή διαφορετικών κρασιών και φαγητών αντίστοιχα. Έτσι, λοιπόν, ανάλογα με τα κίνητρα μπορούμε να κάνουμε λόγο και για αρκετές ακόμη εναλλακτικές μορφές τουρισμού. (Λαλούμης, 2015)

2.1.4 Τουρίστες και Ταξιδιώτες

Εμβαθύνοντας στην έννοια του τουρισμού εντοπίζονται δυο λέξεις, οι οποίες αρκετά συχνά συγχέονται μεταξύ τους ως προς το νόημα τους. Οι λέξεις τουρίστας και ταξιδιώτης μπορεί να θεωρηθεί πως εκφράζουν τον ίδιο τύπο ατόμου, ο οποίος πραγματοποιεί μια μετακίνηση, χωρίς όμως αυτό να αληθεύει απόλυτα. Στην περίπτωση του τουρίστα, το άτομο διεκπεραιώνει ένα ταξίδι αποκλειστικά και μόνο για λόγους αναψυχής, διασκέδασης και χαλάρωσης. Ένα ποσοστό των τουριστών ταξιδεύει με all inclusive πακέτα διακοπών. Ο ταξιδιώτης είναι εκείνος ο οποίος δεν στοχεύει μόνο στα χαρακτηριστικά που εκφράζουν έναν τουρίστα αλλά και στην απόκτηση γνώσεων και νέων εμπειριών από αυτές του τις μετακινήσεις. Ένα μικρότερο ποσοστό των ταξιδιωτών επιλέγει να ταξιδέψει με all inclusive πακέτα, ενώ ένα άλλο ποσοστό αυτών εντάσσεται στις εναλλακτικές μορφές τουρισμού. (Leonard J. Lickorish, Carson L. Jenkins, 2004)

2.2 Ορισμός ξενοδοχειακού κλάδου και οι κατηγορίες των ξενοδοχείων

2.2.1 Ορισμός του ξενοδοχειακού κλάδου

Ο τουρισμός στις σύγχρονες ημέρες κλείνει κάτω από την «ομπρέλα» του ένα μεγάλο φάσμα υπηρεσιών, οι οποίες προσφέρονται στον επισκέπτη από την άφιξή του έως και την αναχώρησή του. Υπηρεσίες όπως η μεταφορά, η στέγαση και η σίτιση του ατόμου αποτελούν

το πρωταρχικό μέλημα της χώρας και πιο συγκεκριμένα του ίδιου του τόπου φιλοξενίας. Τα τελευταία χρόνια η χώρα μας έχει δείξει ένα αρκετά καλό προφίλ σε αυτούς τους τομείς καθώς η ποιότητα των προσφερόμενων υπηρεσιών φαίνεται να έχει αυξηθεί σημαντικά. Το γεγονός αυτό όχι μόνο μπορεί να επιφέρει αρκετούς νέους επισκέπτες στην εκάστοτε περιοχή και στο γενικό σύνολο της χώρας αλλά και να επιτύχει την επανάληψη ταξιδιών από ανθρώπους οι οποίοι έχουν ήδη βρεθεί στη χώρα μας τουλάχιστον μία φορά στο παρελθόν.

Όπως, λοιπόν, αναφέρθηκε προηγουμένως το σύνολο των υπηρεσιών οι οποίες αποτελούν βασικό πυλώνα για την υποδοχή των επισκεπτών σε οποιαδήποτε περιοχή, είναι με σειρά προτεραιότητας η μεταφορά, η στέγαση και η σίτιση. Ανάμεσα σε αυτές τις τρεις υπηρεσίες θα επικεντρωθούμε στη δεύτερη εξ' αυτών (τη στέγαση), χωρίς βέβαια να υποβαθμίζουμε τον αρκετά σημαντικό ρόλο και την συμβολή των υπολοίπων δύο. Όταν αναφερόμαστε στη στέγαση των ταξιδιωτών, κάνουμε λόγο για το σύνολο των διαφορετικών ξενοδοχείων και camping που έχουν κατασκευαστεί σε μια περιοχή ή και στο σύνολο της χώρας. Έτσι, λοιπόν, μιλάμε για τον ξενοδοχειακό κλάδο ο οποίος απαρτίζεται από το γενικό σύνολο των ξενοδοχείων είτε ολόκληρης της Ελλάδας είτε μίας περιοχής. Ως απόρροια αυτού κάνει την εμφάνισή του το Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος (Ξ.Ε.Ε), το οποίο έχει βασικές λειτουργικές διαδικασίες, που περιλαμβάνονται στο αντικείμενο δραστηριότητας του, την έγκριση επωνυμίας νέου ξενοδοχείου, τον έλεγχο των τιμών των ξενοδοχείων και των camping, την παροχή οδηγού για ξενοδοχεία και camping όλης της χώρας κ.α. (Υπουργείο Τουρισμού, 2017)

2.2.2 Κατηγορίες ξενοδοχείων

Σύμφωνα με το άρθρο 92 ΚΝΥ (τουριστικά καταλύματα) του συντάγματος, το Υπουργείο Τουρισμού προσδιορίζει με σαφήνεια τον χώρο ο οποίος χαρακτηρίζεται ως τουριστικό κατάλυμα, χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελούν τα ξενοδοχεία. « Το υπουργείο ορίζει ως τουριστικό κατάλυμα τις τουριστικές επιχειρήσεις που υποδέχονται τουρίστες και παρέχουν σε αυτούς διαμονή και άλλες συναφείς προς τη διαμονή υπηρεσίες, όπως εστίαση, ψυχαγωγία, αναψυχή, άθληση.» (Υπουργείο Τουρισμού, 2017) Εν συνεχεία, γίνεται ένας διαχωρισμός ανάμεσα στα κύρια ξενοδοχειακά καταλύματα όπου συναντώνται τα ξενοδοχεία, οι οργανωμένες τουριστικές κατασκηνώσεις (camping), οι ξενώνες φιλοξενίας νέων και τα σύνθετα τουριστικά καταλύματα, και στα μη κύρια ξενοδοχειακά καταλύματα στα οποία ανήκουν τα αυτοεξυπηρετούμενα καταλύματα-τουριστικές επαύλεις (βίλες), τα αυτοεξυπηρετούμενα καταλύματα-τουριστικές επιπλωμένες κατοικίες και τα ενοικιαζόμενα επιπλωμένα δωμάτια-διαμερίσματα. «Με βάση αυτόν λοιπόν τον διαχωρισμό ως ξενοδοχεία ορίζονται οι εγκαταστάσεις διαμονής που διαθέτουν χώρους διανυκτέρευσης σε δωμάτια ή σε διαμερίσματα ενός ή δύο ή περισσότερων χώρων με λουτρό, κοινόχρηστους χώρους υποδοχής, παραμονής των πελατών και αίθουσα παροχής τουλάχιστον πρωινού γεύματος.» (Υπουργείο Τουρισμού, 2017)

Όμως, βάση ενός ακόμη άρθρου του συντάγματος (Άρθρο 114 ΚΚΥ), το υπουργείο προσδιορίζει πως τα ξενοδοχεία είναι υποχρεωτικό να καταταχθούν στην κλίμακα των αστεριών. Στην κλίμακα αυτή τα ξενοδοχεία λαμβάνουν τα ανάλογα αστέρια (από 1* έως 5*) εφόσον πληρούν τις υποχρεωτικές προδιαγραφές και συγκεντρώνουν τον ελάχιστο αριθμό μορίων που απαιτείται για την κατάταξη στην εκάστοτε κατηγορία. Το επιτρεπόμενο ποσοστό απόκλισης δεν υπερβαίνει το 2%. Τα μόρια τα οποία κατατάσσουν τα ξενοδοχεία σε κατηγορίες υπολογίζονται σε γενικές γραμμές από το κτίριο (π.χ. χώρος στάθμευσης, θέρμανση, φυσικός φωτισμός, κ.α.), την υποδοχή και τους κοινόχρηστους χώρους (π.χ. 24ωρη υποδοχή, μεταφορά αποσκευών, express check-out service, κ.α.), τις προδιαγραφές των δωματίων-διαμερισμάτων (π.χ. μπανιέρα ή/και ντουζιέρα, στεγνωτήρας μαλλιών, πετσέτες πισίνας ή θαλάσσης, κ.α.), την εστίαση (π.χ. πρωινό στο δωμάτιο, lunch baskets, διάρκεια πρωινού άνω των 3 ωρών, κ.α.), την διασκέδαση, την άθληση και την ψυχαγωγία

(π.χ. κοινόχρηστη κλειστή θερμαινόμενη πισίνα, animation, κέντρο ομορφιάς, κ.α.), ειδικές πιστοποιήσεις (π.χ. ISO, GREEN KEY, Ελληνικό Πρωινό, κ.α.), το προσωπικό (π.χ. επιμορφωτικά προγράμματα, απόφοιτοι τουριστικών σχολών, αποδεδειγμένη γνώση ξένης γλώσσας, κ.α.) και τέλος η καθαριότητα και η υγιεινή (π.χ. συχνότητα αλλαγής ιματισμού, αλλαγή πετσέτας κατόπιν αιτήματος, καθημερινή καθαριότητα των κοινόχρηστων χώρων, κ.α.). Έτσι, με αυτό τον τρόπο τα ξενοδοχεία λαμβάνουν τα ανάλογα αστέρια και εντάσσονται στην αντίστοιχη κατηγορία. (Εφημερίδα της κυβέρνησης, 2015) Παρουσιάζεται ο πίνακας με τα ελάχιστα μόρια που απαιτούνται στην εκάστοτε κατηγορία:

Πίνακας 1 Ελάχιστα μόρια ανά κατηγορία

Αστέρια	1*	2*	3*	4*	5*
Ελάχιστα Μόρια	1.500	2.200	3.200	4.000	5.500

Πηγή: ΕΕΕ, ίδια επεξεργασία.

2.3 Ορισμός εργασιακής ικανοποίησης (Job Satisfaction)

Κάνοντας μία αναζήτηση του ορισμού της εργασιακής ικανοποίησης (Job Satisfaction) παρατηρείται στα ευρήματα πως δεν μπορεί να προσδιοριστεί ακριβώς και να δοθεί ένας συγκεκριμένος ορισμός. Μπορεί να αναφερθεί πως με τον όρο «εργασιακή ικανοποίηση» γίνεται λόγος για τα οφέλη αλλά και τα δεινά που λαμβάνουν οι εργαζόμενοι από την δουλειά τους στην εκάστοτε επιχείρηση. Αλλά είναι ένας παράγοντας ο οποίος επηρεάζεται άμεσα και έμμεσα από μία σειρά άλλων μεταβλητών όπως παραδείγματος χάριν οι ώρες εργασίας, οι σχέσεις με τους συναδέλφους και τους ανωτέρους, οι απολαβές, κ.α.. Όπως αναφέρει ο και ο Chien Mu Yeh σε κείμενό του, οι Harter et all,2002; Saks, 2006; Sonnentag, 2003; εντόπισαν μέσω κάποιων εμπειρικών μελετών που πραγματοποιήθηκαν, πως υποστηρίζεται μία γενική πεποίθηση, ότι οι ευθύνες-υποχρεώσεις που δίνονται στους εργαζομένους είναι εκείνες που συμβάλλουν θετικά όσον αφορά την ικανοποίησή τους και την απόδοσή τους. Η ικανοποίηση που λαμβάνει ο εργαζόμενος διαφοροποιείται από άτομο σε άτομο καθώς είναι διαφορετικοί και οι παράγοντες που συμβάλουν στην κάθε περίπτωση ξεχωριστά. Για παράδειγμα το εργασιακό κλίμα μπορεί να αποτελέσει ακόμη και το στοιχείο εκείνο το οποίο θα οδηγήσει έναν εργαζόμενο και στην ακραία ενέργεια της παραίτησης. Γεγονός, βέβαια, το οποίο να μην αποτελεί κίνητρο για κάποιον συνάδελφό του. (Yeh, 2013)

Ωστόσο, οι ίδιες οι επιχειρήσεις είναι εκείνες που πραγματοποιούν έρευνες στο εσωτερικό τους έτσι ώστε να καταγράψουν και να κατανοήσουν το γενικότερο κλίμα στην επιχείρηση. Οι πληροφορίες που συλλέγονται δεν χρησιμοποιούνται απαραίτητα για την απομάκρυνση κάποιου εργαζομένου. Μέσω αυτών των ερευνών μπορεί να διαπιστωθεί η ανάγκη μετακίνησης κάποιου εργαζομένου σε άλλο τμήμα που θα ωφελήσει και τον εργοδότη και τον εργαζόμενο. Επιπλέον, είναι μία καλή ευκαιρία να διαπιστώσουν οι διευθυντές (managers) το επίπεδο ικανοποίησης κάποιων συγκεκριμένων ομάδων του προσωπικού, όπως οι νεοπροσληφθέντες και οι γυναίκες, που χρήζουν κάποιας παραπάνω προσοχής. Με την έγκαιρη πραγματοποίηση μίας τέτοιας έρευνας μπορούν να προληφθούν πιθανές συγκρούσεις ανάμεσα στους υφισταμένους και τους διευθυντές. Έτσι, οι εργαζόμενοι μέσα από ερωτήσεις που τους υποβάλλονται σχετικά με το γενικότερο σύνολο της προσφοράς προς την επιχείρηση, δηλώνουν τι είναι εκείνο που τους δυσανασχετεί ή τους ενθαρρύνει να συνεχίσουν την εργασία τους εκεί.

Σε έρευνα που πραγματοποίησαν οι Jin-Soo Lee, Ki-Joon Back και Eric S.W. Chan σε μεγάλη αστική πόλη των ΗΠΑ (United States of America, USA), με δείγμα δύο μεγάλα πολυτελή ξενοδοχεία εντόπισαν τα εξής:

- i. Η εργασιακή ικανοποίηση συνδέεται στενά με το δίκαιο καθορισμό των μισθών (fair pay).
- ii. Οι εργοδότες αντιμετωπίζουν το προσωπικό απλά σαν υπάλληλους και όχι σαν ανθρώπους.
- iii. Η εργασιακή ικανοποίηση συνδέεται επίσης και με ανάγκες σεβασμού, κοινωνικές, αυτοπραγμάτωσης, γνώσης και της αίσθησης της ασφάλειας.

Οι ερευνητές για να εξάγουν αυτά τα συμπεράσματα προχώρησαν στην αποστολή 203 ερωτηματολογίων από τα οποία έλαβαν πίσω 178 απαντήσεις. Το ποσοστό των απαντήσεων ανέρχεται στο 88%, όπου το 42% προέρχεται από τον Τομέα Τροφίμων και Ποτών (F&B) της επιχείρησης, το 23% από το Τμήμα Υποδοχής (Front Desk) και το 27% από το Τμήμα Ορόφων (Housekeeping). Οι ερωτηθέντες είχαν στην διάθεσή τους διάστημα ενός μήνα για να υποβάλουν τις απαντήσεις τους. (Jin-Soo Lee, Ki-Joon Back, Eric S.W. Chan, 2014)

2.4 Ορισμός της Διοίκησης Ανθρωπίνων Πόρων (ΔΑΠ)

2.4.1 Ορισμός της ΔΑΠ

Το τμήμα της Διοίκησης Ανθρωπίνων Πόρων (ΔΑΠ) ή αλλιώς της Διοίκησης Προσωπικού και στα αγγλικά (Human Resources Management, HR) είναι εκείνο το οποίο ειδικεύεται και επικεντρώνεται αποκλειστικά και μόνο με την διαχείριση του ανθρώπινου παράγοντα στην επιχείρηση. Οι εργασίες του εστιάζουν κατά κύριο λόγο σε ότι μπορεί να περιβάλει το σύνολο ή και κάποια επιμέρους κομμάτια των εργαζομένων. Σε μεγάλες επιχειρήσεις στις οποίες το απαιτούν οι ανάγκες τους, το συγκεκριμένο τμήμα υφίσταται μία εσωτερική διαίρεση προκειμένου να είναι πιο αποτελεσματικό. Παραδείγματος χάριν, η διεύθυνση ανθρωπίνων πόρων μπορεί να αποτελείται πρώτον από το τμήμα απασχόλησης όπου ένα μέρος των εργασιών είναι οι συνεντεύξεις, οι τοποθετήσεις των εργαζομένων στις αντίστοιχες θέσεις και οι παραιτήσεις/λήξεις συνεργασιών. Δεύτερον, το τμήμα εκπαίδευσης και ανάπτυξης με εργασίες τον προγραμματισμό της σταδιοδρομίας των εργαζομένων, την ανάπτυξη και την εκπαίδευση καθώς επίσης και την αξιολόγηση αυτών.

Ένα τρίτο εσωτερικό τμήμα της διεύθυνσης ανθρωπίνων πόρων είναι εκείνο των μισθών και των ημερομίσθιων, όπου γίνεται η ανάλυση και η αξιολόγηση των θέσεων εργασίας και οι έρευνες σχετικά με τα ημερομίσθια και τους μισθούς. Τέταρτο κατά σειρά έρχεται το τμήμα πρόσθετων παροχών και υπηρεσιών. Ανάμεσα στις εργασίες του ξεχωρίζουν η παροχή ασφάλειας στους εργαζομένους, η ασφάλισή τους και οι υπηρεσίες υγειονομικού ενδιαφέροντος. Για να συναντήσουμε, εν κατακλείδι, το πέμπτο τμήμα με εργασίες που αφορούν τις συμβάσεις και τις νομικές διαφορές των εργαζομένων με την επιχείρηση και χαρακτηρίζεται ως το τμήμα των εργασιακών σχέσεων. Αυτά είναι κάποια πιθανά τμήματα τα οποία προκύπτουν στο εσωτερικό της Διοίκησης Ανθρωπίνων Πόρων σε μεγάλες ξενοδοχειακές μονάδες, όταν οι συνθήκες το απαιτούν. (Κώστας Τερζίδης, Κώστας Τζωρτζάκης, 2004)

2.4.2 Εργασίες της ΔΑΠ

Η ΔΑΠ ως το τμήμα το οποίο φροντίζει όλες τις εργασίες που απαιτούνται σχετικά με το ανθρώπινο δυναμικό της επιχείρησης είναι επιφορτισμένο με συγκεκριμένες αρμοδιότητες. Αρχικά, βασικό καθήκον της αποτελεί η ανάλυση και η περιγραφή των θέσεων εργασίας. Κάθε επιχείρηση όταν βρίσκεται στην διαδικασία εύρεσης προσωπικού, προκειμένου να προσελκύσει άτομα τα οποία θα ανταποκρίνονται περισσότερο στις ανάγκες της, προβαίνει

στην αναλυτική περιγραφή της προσφερόμενης θέσης εργασίας. Με αυτό τον τρόπο παρουσιάζει τα ακριβή στοιχεία που πρέπει να χαρακτηρίζουν τον υποψήφιο για την κάλυψη της συγκεκριμένης θέσης. Επιπλέον, πραγματοποιείται και ο εντοπισμός και η προσέλκυση του προσωπικού, ώστε να μην υπάρξει κάποιο κενό στις προσφερόμενες θέσεις. Η διαδικασία αυτή μπορεί να γίνει με δύο τρόπους. Ο πρώτος τρόπος γίνεται με την εσωτερική κάλυψη της ή των θέσεων. Με αυτό τον τρόπο γίνεται μία εσωτερική μετακίνηση κάποιου εργαζομένου στην νέα θέση εργασίας, ο οποίος ήδη προσφέρει τις υπηρεσίες του στην επιχείρηση. Ένας δεύτερος τρόπος είναι από εξωτερικές πηγές αναζήτησης, όπου η επιχείρηση με δημόσια ανακοίνωσή της ζητά από άτομα τα οποία δεν υπάρχουν μέχρι τώρα στο εργατικό δυναμικό της, να αποστείλουν το βιογραφικό τους σημείωμα (CV).

Συνακόλουθα, πραγματοποιείται και η επιλογή του προσωπικού είτε όπως αναφέρθηκε με την εσωτερική τους μετακίνηση είτε με την αξιολόγηση των βιογραφικών και των συνεντεύξεων που ακολούθησαν. Εξίσου σημαντική είναι και η ενασχόληση της ΔΑΠ με την εκπαίδευση του προσωπικού. Η εκπαίδευση του προσωπικού κρίνεται απαραίτητη όχι μόνο για τους νέους εργαζομένους της επιχείρησης αλλά και για εκείνους που προσφέρουν τις υπηρεσίες τους για μεγαλύτερο χρονικό διάστημα. Η εκπαίδευση μπορεί να πραγματοποιηθεί με διάφορες μεθόδους, όπως η πρακτική εξάσκηση, η προσομοίωση, οι μελέτες περιπτώσεων, οι προσωπικές συναντήσεις με τον ερευνητή, οι συζητήσεις ακόμη και μέσω e-learning (internet/cd-rom).

Συνάμα, μία από τις βασικές λειτουργίες της ΔΑΠ είναι η αξιολόγηση της απόδοσης των εργαζομένων διότι με αυτό τον τρόπο επιτυγχάνεται η αύξηση της παραγωγικότητας των εργαζομένων και των προσφερομένων υπηρεσιών. Ωστόσο, δεν θα πρέπει να παραλείπεται και η μέριμνα που δείχνει το συγκεκριμένο τμήμα στις αμοιβές των εργαζομένων. Η ΔΑΠ είναι το τμήμα το οποίο καθορίζει το ύψος των αμοιβών των εργαζομένων, την καταβολή των επιπλέον οικονομικών αποδοχών (π.χ. επίδομα αδειας, δώρο) και γενικά όλες τις οικονομικές εκκρεμότητες απέναντι στο προσωπικό. Τέλος, είναι εκείνη που φροντίζει να είναι ενημερωμένη για την υγεία των εργαζομένων αλλά και που διασφαλίζει την ασφάλειά τους στον χώρο εργασίας τους. (Κώστας Τερζίδης, Κώστας Τζωρτζάκης, 2004)

2.5 Η συμβολή του τουρισμού στην απασχόληση

Ο τουρισμός αποτελεί μία αρκετά σημαντική οικονομική δραστηριότητα ανά τον κόσμο. Στην Ελλάδα ο τουρισμός συμβάλει αρκετά στην ορθή λειτουργία της οικονομίας καθώς αποτελεί ένα κομμάτι της βαριάς βιομηχανίας της χώρας. Παραδείγματος χάριν, σε έρευνα που πραγματοποίησε η Ελληνική Στατιστική Αρχή (ΕΛΛΕΣΤΑΤ) και σε συνεργασία με την SETE Intelligence οδηγήθηκαν σε συμπεράσματα αρκετά εύχρηστα για την ελληνική οικονομία και ανάπτυξη. Αρχικά, η έρευνα αυτή πραγματοποιήθηκε για το χρονικό διάστημα 2008-2017. Επιπλέον, το βασικό αντικείμενο της μελέτης αποτέλεσε η απασχόληση που προσφέρει ο τουρισμός συγκριτικά με τους λοιπούς κλάδους. Ανάμεσα στα άλλα εντοπίστηκαν και τα παρακάτω:

1. Η ηλικιακή ομάδα που παρουσιάζει το μεγαλύτερο ποσοστό είναι αυτή των 30 - 44 ετών κατά το έτος 2017 με ποσοστό 39,9%. Όμως παρατηρείται μία σημαντική αύξηση στις ηλικίες 25 - 29 ετών (+10,4%) και 45 - 64 ετών (+3,9%) στο διάστημα 2008 - 2017.
2. Σημαντική παρατήρηση αποτελεί το γεγονός ότι κατά την περίοδο 2008 -2013 η απασχόληση στον τουρισμό καταγράφει μία μείωση. Ενώ από το 2014 - 2017 η αύξηση η οποία γίνεται αντιληπτή είναι αρκετή ώστε να καλυφθούν τα περασμένα κενά.
3. Ο κλάδος του τουρισμού το 2017 παρουσιάζει τον μεγαλύτερο αριθμό εργαζομένων από την αρχή της έρευνας (398,7 εργαζόμενοι) ενώ το αμέσως μικρότερο νούμερο εμφανίζεται το έτος 2016 με 381,0 εργαζόμενους, Βέβαια,

από το 2014 και μετά εντοπίζεται μία ραγδαία αύξηση της τάξης του +14,6% για το 2014, το 2015 ανέρχεται στο +9,6%, το 2016 αυξάνεται λίγο ακόμα με +4,8%, ενώ το 2017 παρατηρείται μία ακόμη μικρή θετική αλλαγή του +2,8%.

4. Η απασχόληση στον τουρισμό κατά την περίοδο 2008-2017 αυξάνεται με ετήσιους ρυθμούς του +0,9% συγκριτικά με τους υπόλοιπους κλάδους που παρουσιάζουν αρνητικό πρόσημο της τάξης του - 2,5%. Από το 2014 και μετά το ποσοστό υπολογίζεται στο +7,8% για τον τουρισμό. Όμως την περίοδο 2008 -2012 και στις δύο κατηγορίες παρατηρείται μία μείωση του -4,1% για τον τουρισμό και του -5,5% για τους υπόλοιπους κλάδους.
5. Τελευταίο και αρκετά σημαντικό εύρημα αποτελεί ποσοστό 7,5% που είναι η συμμετοχή του τουρισμού στην απασχόληση, ανέρχεται στο 10,4% για το έτος 2017. (ΙΝΣΕΤΕ, 2018)

Κεφάλαιο 3- Θεωρίες για τα κίνητρα παρακίνησης

3.1 Ποιος και γιατί χρησιμοποιεί τις θεωρίες παρακίνησης;

Το τμήμα του Ανθρώπινου Δυναμικού (HR) είναι εκείνο το οποίο δίνει κίνητρα στους υπαλλήλους της επιχείρησης, ώστε να είναι περισσότερο αποδοτικοί. Για να μπορέσει να επιτύχει κάτι τέτοιο, όμως, κρίνεται απαραίτητη ή και αναγκαία η γνώση των αναγκών που μπορεί να έχει το γενικό σύνολο του προσωπικού. Αυτή η ανάγκη έγινε εμφανής στη λειτουργία των επιχειρήσεων, κάπου ανάμεσα στις δεκαετίες του 1950 και του 1960. Με τον εντοπισμό, λοιπόν, αυτής της κατάστασης ξεκίνησε και η διαδικασία εξεύρεσης μιας ουσιαστικής λύσης του θέματος. Για αυτό τον σκοπό διατυπώθηκαν κάποιες αρχικές σκέψεις από επιστήμονες της εποχής, οι οποίες στην συνέχεια εξελίχθηκαν στις γνωστές θεωρίες παρακίνησης. Οι θεωρίες αυτές μπορεί να μην χρησιμοποιούνται αυτούσιες έως τις μέρες μας, αποτέλεσαν όμως τα θεμέλια πάνω στα οποία βασίστηκαν οι σύγχρονες θεωρίες παρακίνησης, ώστε να μπορέσουν να εξελιχθούν. Δεν είναι καθόλου σπάνιο να εντοπιστούν διοικητικά στελέχη ακόμη και στις σύγχρονες ξενοδοχειακές επιχειρήσεις, που να χρησιμοποιούν είτε την ορολογία είτε και τις ίδιες τις θεωρίες ώστε να ερμηνεύσουν την παρακίνηση των εργαζομένων. (Stephen P. Robbins, David A. Decenzo, Mary Coulter, 2012)

3.2 Τι δηλώνει ο όρος παρακίνηση.

Κάθε επιχείρηση πίσω από την οποία υπάρχει ένα όραμα και η προσδοκία της επιτυχίας, θα μπορούσε να αναφερθεί πως έχει ως κύριο σκοπό και στόχο το κέρδος. Πράγμα το οποίο θα συμβεί μόνο εάν η διοίκηση της επιχείρησης κατανοήσει πως το κέρδος θα επέλθει μέσα από τις υπηρεσίες που προσφέρει ο εκάστοτε εργαζόμενος. Λαμβάνοντας αυτό υπόψιν, παρατηρείται πως ο κάθε εργαζόμενος που έρχεται σε επαφή με τον πελάτη πρέπει να έχει κάποια κίνητρα ώστε η εξυπηρέτηση που θα του προσφέρει να αγγίζει ένα υψηλό επίπεδο. Έτσι, λοιπόν, γίνεται λόγος για την παρακίνηση (motivation) των εργαζομένων. Ένας όρος που εκφράζει «την διαδικασία κατά την οποία κινητοποιούνται, κατευθύνονται και υποστηρίζονται προς την επίτευξη κάποιου στόχου οι προσπάθειες ενός ατόμου. Ο ορισμός αυτός περιλαμβάνει τρεις καίριες παραμέτρους, την ενέργεια, την κατεύθυνση και την επιμονή.».

1. Ενέργεια. Η ενέργεια αποτελεί το στοιχείο εκείνο το οποίο δηλώνει την ένταση της προσπάθειας που καταβάλει ο εργαζόμενος. Ένας εργαζόμενος που γνωρίζει πως αν δαπανήσει περισσότερη ενέργεια για τις υπηρεσίες του θα ανταμειφθεί γι' αυτό, τότε έχει ένα επιπλέον κίνητρο για την αυτοβελτίωσή του που συνεπάγεται

και την βελτίωση των υπηρεσιών της επιχείρησης. Κίνητρο μπορεί να αποτελέσει κάποια διάκριση όπως παραδείγματος χάρη η ανακήρυξη σε υπάλληλο του μήνα ή η απόδοση κάποιου μόνου.

2. Κατεύθυνση. Η ενέργεια που δαπανά ο εργαζόμενος πρέπει να ακολουθεί μια συγκεκριμένη κατεύθυνση, η οποία να συνάδει με τους οργανωσιακούς στόχους, καθώς έτσι επιτυγχάνεται και μια πιο θετική εργασιακή απόδοση. Η διοίκηση πρέπει να δίνει το έναυσμα στους υφισταμένους ώστε να είναι πιο αποδοτικοί στο κομμάτι που χρειάζεται περισσότερο η επιχείρηση.
3. Επιμονή. Όλη η διαδικασία θα πρέπει να επαναλαμβάνεται συνεχώς καθώς μόνο με αυτό τον τρόπο θα κατακτηθούν οι σκοποί και οι στόχοι της επιχείρησης. (Stephen P. Robbins, David A. Decenzo, Mary Coulter, 2012)

3.3 Οι θεωρίες παρακίνησης

3.3.1 Maslow (1943)

Πριν από αρκετά χρόνια ο Abraham Maslow με ειδικότητα στην ψυχολογία δημοσίευσε την κλασική θεωρία της παρακίνησης των ανθρώπων, την γνωστή και ως ιεραρχία των αναγκών κατά Maslow. Σύμφωνα με την θεωρία του Maslow οι ανθρώπινες ανάγκες ταξινομούνται σε πέντε (5) επίπεδα. Δημιούργησε μία πυραμίδα και τοποθέτησε τις πέντε διακρίσεις των ανθρώπινων αναγκών με σειρά προτεραιότητας από την βάση έως και την κορυφή. Οι πέντε ανάγκες είναι οι εξής:

1. Σωματικές / φυσιολογικές ανάγκες. Το άτομο καλείται να ικανοποιήσει ανάγκες όπως η τροφή, η ένδυση, η στέγη, η σεξουαλική επαφή, κ.α.. Ανάγκες δηλαδή οι οποίες είναι βασικές για την διατήρηση της ζωής.
2. Ανάγκες ασφάλειας. Σε αυτές τις ανάγκες δεν συγκαταλέγονται μόνο οι ανάγκες για σωματική ασφάλεια και προστασία από φυσική βλάβη, αλλά και η συναισθηματική προστασία. Επιπλέον, εξασφαλίζεται και η εξακολούθηση της ικανοποίησης των σωματικών / φυσιολογικών αναγκών.
3. Κοινωνικές ανάγκες. Κύρια χαρακτηριστικά αυτών των αναγκών αποτελούν την ανάγκη του ατόμου να νιώθει ενταγμένο σε ένα κοινωνικό σύνολο, να δημιουργεί κοινωνικές σχέσεις όπως η φιλία, να βιώνει συναισθήματα όπως η τρυφερότητα, η στοργή και η αγάπη, κ.α..
4. Ανάγκες εκτίμησης. Η ανάγκη του ατόμου να κερδίσει την αναγνώριση μέσω κάποιου επιτεύγματος, η κοινωνική θέση που κατέχει αλλά και το κύρος του. Επίσης, εσωτερικές ανάγκες όπως ο αυτο-σεβασμός και η ανεξαρτησία αποτελούν γνωρίσματα αυτής της κατηγορίας.
5. Ανάγκες αυτό-πραγμάτωσης. Η ικανοποίηση των στόχων που θέτει το άτομο και η αξιοποίηση των δυνατοτήτων του έρχονται να συμπληρώσουν το τελευταίο επίπεδο και την κορυφή της πυραμίδας των ανθρώπινων αναγκών.

Ο Maslow υποστήριξε ότι οι ανάγκες χαμηλότερου επιπέδου (Σωματικές / φυσιολογικές ανάγκες και Ανάγκες ασφάλειας) ικανοποιούνται από το εξωτερικό περιβάλλον και είναι εκείνες οι οποίες θα πρέπει να ικανοποιούνται πρώτες. Για αυτόν τον λόγο βρίσκονται και στην βάση της πυραμίδας. Ενώ οι ανάγκες υψηλότερου επιπέδου (Κοινωνικές ανάγκες, Ανάγκες εκτίμησης και Ανάγκες αυτό-πραγμάτωσης) έρχονται αργότερα καθώς ικανοποιούνται από το εσωτερικό περιβάλλον. Υπογράμμισε εν κατακλείδι, ότι το κάθε επίπεδο θα πρέπει να ικανοποιείται πλήρως πριν προχωρήσει το άτομο στο επόμενο. (George E. Belch, Michael A. Belch, n.d.)

Εικόνα 1 Πυραμίδα Maslow



3.3.2 McClelland (1943)

Ο γεννημένος στις Ηνωμένες Πολιτείες της Αμερικής (ΗΠΑ) ψυχολόγος David McClelland σε συνεργασία με την ομάδα του έφεραν στο προσκήνιο (κάπου κοντά στο 1953) ακόμη μία θεωρία, την οποία μελέτησαν, επεξεργάστηκαν και ορισμένοι διευθυντές χρησιμοποίησαν έτσι ώστε να γίνουν πιο αποδοτικοί και οι ίδιοι αλλά και το υπόλοιπο εργατικό δυναμικό της επιχείρησης. Η νέα αυτή θεωρία παρακίνησης που εισήγαγε ο McClelland, γνωστή και ως η θεωρία των τριών αναγκών (three-needs theory), υποστηρίζει πως για το κάθε άτομο χαρακτηρίζεται από τρεις (3) ανάγκες οι οποίες είναι επίκτητες και όχι έμφυτες. Οι ανάγκες αυτές δηλαδή δεν προϋπάρχουν στο άτομο από την στιγμή της γέννησής του αλλά δημιουργούνται κατά την διάρκεια της ζωής του και είναι διαφορετικές για τον κάθε ένα ξεχωριστά. Η πρώτη, λοιπόν, από αυτές είναι η ανάγκη για την επίτευξη στόχων (nAch – need for achievement) κατά την οποία το άτομο χαρακτηρίζεται από την έντονη επιθυμία του όχι μόνο να επιτύχει τους στόχους του αλλά και να φτάσει στο υψηλότερο σημείο.

Ωστόσο, τα άτομα με αυτή την ανάγκη είναι εκείνα που προγραμματίζουν με κάθε λεπτομέρεια τις κινήσεις τους και δεν εμπιστεύονται εύκολα ή και σχεδόν καθόλου τον παράγοντα τύχη. Είναι συνήθως εκείνοι οι οποίοι ασκούν επαγγέλματα που επωμίζονται σημαντικές ευθύνες και προχωρούν στην εύρεση λύσεων στα προβλήματα που μπορεί να διαθέτει η επιχείρηση. Βέβαια, η ανάγκη της συνεχούς αυτό-βελτίωσης δεν προϋποθέτει και την καταλληλότητα του διευθυντή, καθώς ένας καλός διευθυντής είναι εκείνος που θα πρέπει να οδηγεί και τους υφισταμένους του προς την επιτυχία. Η δεύτερη κατά σειρά ανάγκη για ισχύ (nPow – need for power) και εξουσία, είναι εκείνη όπου το άτομο ωθεί τους γύρω του να εκδηλώσουν συμπεριφορές τις οποίες υπό άλλες συνθήκες δεν θα έδειχναν, ώστε με αυτόν τον τρόπο να μπορέσει να τους επηρεάσει. Τα άτομα που διαθέτουν αυτή την ανάγκη είναι αρκετά υπεύθυνοι στην δουλειά τους και εξαιρετικά ανταγωνιστικοί.

Για το τέλος, ο McClelland άφησε την ανάγκη για την ανάπτυξη σχέσεων (nAff – need for affiliation). Η ανάγκη αυτή εμφανίζει την επιθυμία του ατόμου να δημιουργήσει κοινωνικούς δεσμούς όπως οι φιλίες και οι διαπροσωπικές σχέσεις στον χώρο της εργασίας τους. Τα συγκεκριμένα άτομα είναι αρκετά αποδοτικά όταν το αποτέλεσμα της εργασίας τους είναι προϊόν συνεργασίας και χαρακτηρίζονται από αμοιβαία κατανόηση. Δυστηχώς όμως,

μόνο για την ανάγκη της επίτευξης των στόχων (nAch – need for achievement) έχει γίνει εκτενή έρευνα και ανάλυση, αναλογικά με τις επόμενες δύο. Όμως, υπήρξε μία σημαντική παρατήρηση, πως οι κορυφαίοι διευθυντές φαίνεται να έχουν πιο έντονη την ανάγκη για ισχύ συγκριτικά με την ανάγκη για την ανάπτυξη σχέσεων. (Stephen P. Robbins, David A. Decenzo, Mary Coulter, 2012)

3.3.3 McGregor (1960)

Ο Douglas McGregor ήρθε και εκείνος με την σειρά του, κάποια χρόνια αργότερα να αφήσει και εκείνος το στίγμα του, εισάγοντας μία ακόμη θεωρία παρακίνησης. Ο McGregor υποστήριξε πως υπάρχουν δύο διακριτές θέσεις όσον αφορά την ανθρώπινη φύση στο χώρο εργασίας. Μίλησε, λοιπόν, για την θεωρία X και την θεωρία Y. Αρχικά, περιγράφοντας την θεωρία X, κάνει λόγο για μία αρνητική θέση που κρατούν οι εργαζόμενοι προς την εργασία τους. Στην περίπτωση αυτή, οι εργαζόμενοι αποφεύγουν να αναλαμβάνουν ευθύνες, τρέφουν ελάχιστες φιλοδοξίες για πιθανή εξέλιξη στο μέλλον και πρέπει να βρίσκονται υπό συνεχή επιτήρηση ώστε να εργάζονται αποδοτικά. Σε αυτή την θεωρία οι εργαζόμενοι ικανοποιούν αποκλειστικά και μόνο τις ανάγκες κατώτερης ιεράρχησης δηλαδή τις φυσιολογικές ανάγκες.

Στην συνέχεια, ο McGregor με την δεύτερη θεωρία του, την θεωρία Y, υποστηρίζει πως ο εργαζόμενος δείχνει μία πιο θετική αντιμετώπιση προς την εργασία του. Σε αντίθεση με την πρώτη θεωρία εδώ ο εργαζόμενος επιζητά τις ευθύνες, απολαμβάνει να εργάζεται, προχωρά στην λήψη πρωτοβουλιών και έχει φιλοδοξίες από την εργασία – προσφορά του αυτή. Στην θεωρία Y, οι ανώτερες επιπέδου ανάγκες (αυτό-πραγμάτωσης) είναι εκείνες που αποτελούν κίνητρο για τον εργαζόμενο. Ο McGregor βέβαια, πίστευε πως η θεωρία Y πρέπει να χαρακτηρίζει έναν διευθυντή, καθώς έτσι η διαδικασία λήψης αποφάσεων και οι καλές σχέσεις των προϊσταμένων μεταξύ τους θα παρείχαν κίνητρα για τους υπόλοιπους εργαζόμενους. Η θέση αυτή, όμως, δεν μπορεί να επιβεβαιωθεί καθώς υπάρχει έλλειψη έμπρακτων στοιχείων που μπορούν να την αποδείξουν. (Stephen P. Robbins, David A. Decenzo, Mary Coulter, 2012)

3.3.4 Herzberg (1953)

Ο γεννημένος στην Αμερική (Μασαχουσέτη) και ψυχολόγος Frederick Herzberg διατύπωσε και υποστήριξε κάπου κοντά στο 1953 την δική του θεωρία των δύο παραγόντων (two – factor theory). Ο Herzberg ήταν εκείνος ο οποίος υπογράμμισε πως οι παράγοντες οι οποίοι χαρακτηρίζουν την επαγγελματική ικανοποίηση και την επαγγελματική δυσαρέσκεια διαφέρουν σημαντικά μεταξύ τους. Για την περίπτωση της επαγγελματικής ικανοποίησης οι παράγοντες αυτοί είναι εγγενής, όπως παραδείγματος χάριν η αναγνώριση, η ευθύνη, τα επιτεύγματα, κ.α., και χαρακτηρίστηκαν ως παράγοντες παρακίνησης ή παρακινητές (motivators). Από την άλλη πλευρά οι παράγοντες οι οποίοι εξηγούν την επαγγελματική δυσαρέσκεια είναι εξωγενείς, όπως παραδείγματος χάριν η αμοιβή, οι συνθήκες εργασίας, οι σχέσεις με τον προϊστάμενο και τους συναδέλφους, κ.α., και ονομάστηκαν παράγοντες υγιεινής (hygiene factors). Η θεωρία αυτή του Herzberg διαδόθηκε σχετικά σε σύντομο χρονικό διάστημα και για μία εικοσαετία (1960 – 1980) περίπου έγινε γενικώς αποδεκτή. Βέβαια, ασκήθηκαν έντονα κριτικές για την μεθοδολογία και τις διαδικασίες που χρησιμοποιήθηκαν και χαρακτηρίστηκε και ως απλουστευτική από κάποιους. Όμως, κανείς δεν μπορεί να αρνηθεί πως έχει επηρεάσει και μέχρι την σύγχρονη εποχή, τον τρόπο σχεδίασης των θέσεων εργασίας.

Ο Herzberg στήριξε την θεωρία του αυτή πάνω σε μία έρευνα την οποία είχε πραγματοποιήσει πριν την διατυπώσει ανοιχτά και βάσει εκείνων των αποτελεσμάτων την διαμόρφωσε. Παρατήρησε βέβαια, πως με την απομάκρυνση των αρνητικών στοιχείων, ο διευθυντής δεν μπορούσε να επιφέρει απαραίτητα και την ικανοποίηση ούτε βέβαια και την περαιτέρω παρακίνηση των εργαζομένων. Έτσι λοιπόν, πρότεινε να υπάρχει ο διαχωρισμός

των συναισθημάτων ανάμεσα σε δύο (2) διαφορετικά τροποποιημένες κατηγορίες συγκριτικά με τις ήδη υπάρχουσες. Πιστεύοντας επομένως πως οι παράγοντες οι οποίοι επέφεραν την επαγγελματική ικανοποίηση και εκείνοι που οδηγούν στο αίσθημα της δυσαρέσκειας είναι εντελώς διαφορετικοί μεταξύ τους, προχώρησε στον διαχωρισμό ανάμεσα στην ικανοποίηση και την μη ικανοποίηση και την δυσαρέσκεια και την μη δυσαρέσκεια. (Stephen P. Robbins, David A. Decenzo, Mary Coulter, 2012)

Κεφάλαιο 4^ο - Η μεθοδολογία της έρευνας

4.1 Οι σκοποί της επιστημονικής έρευνας

Ο Earl Babbie βρίσκεται και εκείνος μεταξύ των ανθρώπων οι οποίοι φοίτησαν στο ξακουστό Πανεπιστήμιο του Harvard στις Ηνωμένες Πολιτείες της Αμερικής (ΗΠΑ). Ο γνωστός κοινωνιολόγος κατέχει την θέση του επίτιμου καθηγητή στο Πανεπιστήμιο Chapman στον τομέα των συμπεριφορικών επιστημών. Βιβλία του έχουν κυκλοφορήσει μεταφρασμένα σε αρκετές ξένες γλώσσες ανάμεσα στις οποίες βρίσκεται και η Ελληνική. Σε ένα, λοιπόν, από αυτά τα βιβλία του (The practice of social research, 13 edition), αναφέρει πως οι επιστημονικές έρευνες πραγματοποιούνται καθώς εξυπηρετούν κάποιους σκοπούς. Οι σκοποί αυτοί σύμφωνα με τον Earl Babbie είναι η **διερεύνηση**, η **περιγραφή** και η **ερμηνεία**.

1. **Διερεύνηση.** Στην συγκεκριμένη περίπτωση ο ερευνητής πραγματοποιεί μία έρευνα μέσω συνεντεύξεων, συζητήσεων, κ.α., με σκοπό να συγκεντρώσει κάποιες πληροφορίες. Εφόσον, συγκεντρώσει τις πληροφορίες, προχωρά στο επόμενο στάδιο όπου εξάγει κάποια συμπεράσματα από τα καταχωρημένα στοιχεία. Βασικός και πιο ουσιαστικός, όμως, σκοπός της διερεύνησης αυτής δεν αποτελεί αποκλειστικά η εξαγωγή κάποιων αποτελεσμάτων αλλά η διαδικασία της επιλογής της κατάλληλης μεθόδου για την συγκέντρωση των σωστών πληροφοριών. Μειονέκτημα αυτής της μελέτης αποτελεί το γεγονός ότι η συλλογή των δεδομένων είναι ευκαιριακή.
2. **Περιγραφή.** Σε μία περιγραφική μελέτη ο ερευνητής καταγράφει αποκλειστικά και μόνο τα στοιχεία τα οποία εντόπισε και δίνει αρκετή βαρύτητα σε ακριβή δεδομένα. Μειονέκτημα της περιγραφικής μελέτης αποτελεί το γεγονός ότι καταγράφει και αναλύει ένα σύνολο δεδομένων χωρίς να αναζητά την πηγή αυτών.
3. **Ερμηνεία.** Μία ερμηνευτική μελέτη δεν είναι εκείνη που θα σταθεί τόσο πολύ στον τρόπο αλλά και την συλλογή των δεδομένων, όπως στις δύο προηγούμενες περιπτώσεις. Σκοπός μίας μελέτης αυτού του είδους είναι η ανάλυση των αποτελεσμάτων και η προσπάθεια εύρεσης των παραγόντων, οι οποίοι οδήγησαν σε αυτά τα συμπεράσματα. (Babbie, 2007)

4.1.1 Τα είδη των ερευνών

Όταν γίνεται λόγος για μία έρευνα, ο ερευνητής που πρόκειται να την μελετήσει, φροντίζει πρώτα από όλα να ενημερωθεί για το είδος της συγκεκριμένης έρευνας καθώς εντοπίζονται πάνω από ένα είδη. Πιο συγκεκριμένα, τα είδη των ερευνών διαιρούνται σε τέσσερα (4).

1. **Έρευνα πεδίου.** Σε αυτό το πρώτο είδος έρευνας ο ερευνητής συνήθως δεν συγκεντρώνει κάποια ποσοστά για παράδειγμα αλλά ο ρόλος του είναι εκείνος του παρατηρητή. Είναι εκείνος ο οποίος καταγράφει την εξέλιξη του αντικείμενου μέσα στο ίδιο του το περιβάλλον. Παραδείγματα όπου μπορεί να εφαρμοστεί η έρευνα πεδίου είναι η μελέτη των σχέσεων μεταξύ των συναδέλφων ή ακόμη και οι συνθήκες εργασίας. Ο ερευνητής στην περίπτωση

αυτής της έρευνας διακρίνεται από τρεις (3) διαφορετικές οπτικές που πρέπει να τον χαρακτηρίζουν κατά την διάρκεια της έρευνας αυτής.

- i. *Ο συμμετέχων.* Ο ερευνητής δεν είναι απλά εκείνος που βλέπει τις καταστάσεις από κάποια απόσταση. Αποτελεί και ο ίδιος ένα κομμάτι του δείγματος με κίνδυνο πάντα να επηρεάσει το αποτέλεσμα.
- ii. *Ο παρατηρητής.* Εδώ ο ερευνητής κρατά μία απόσταση από το δείγμα του. Το γεγονός αυτό όμως εγκυμονεί κινδύνους όπως να γίνει αντιληπτός από τους συμβαλλόμενους στην έρευνα (καθώς οι ίδιοι δεν γνωρίζουν την διεξαγωγή αυτής) και επίσης ο ερευνητής να μην καταφέρει να αποκτήσει μία πιο γενική ματιά στα γεγονότα.
- iii. *Ο συμμετέχων παρατηρητής.* Ο ερευνητής εδώ είναι εκείνος που οδηγεί την έρευνα όπως θεωρεί εκείνος ότι πρέπει, καθώς δηλώνει το παρόν που απαιτείται, αλλά μπορεί να καταγράψει γεγονότα και καταστάσεις που συμβαίνουν σε ανύποπτο χρονικό διάστημα.

Η έρευνα πεδίου είναι εκείνη η οποία κλείνει μέσα της και την διεξαγωγή των συνεντεύξεων. Με την συνέντευξη υπάρχει μία αλληλεπίδραση του ερευνητή με τον συνεντευξιζόμενο, καθώς η διαδικασία πραγματοποιείται σε πραγματικό χρόνο και σκοπός είναι η ουσιαστική εμβάθυνση στο θέμα κατά την διεξαγωγή της συνέντευξης, αλλά και πριν και μετά από αυτή, κρίνεται απαραίτητη η πραγματοποίηση κάποιων διαδικασιών όπως η θεματοποίηση (στόχοι της συνέντευξης), ο σχεδιασμός, η ίδια η συνέντευξη, η αποτύπωση της συνέντευξης σε έγγραφο, η ανάλυση (μελέτη των δεδομένων που συγκεντρώθηκαν), η επαλήθευση (έλεγχος εγκυρότητας των δεδομένων) και η δημοσίευση.

Εν κατακλείδι, ζητήματα που μπορεί να προκύψουν από την διεξαγωγή αυτής της έρευνας είναι τα προσωπικά δεδομένα των συμβαλλόμενων να δημοσιευτούν χωρίς την θέλησή τους αλλά και τα άτομα που εμπλέκονται να μην επιθυμούν την ανάμειξή τους, εάν γνώριζαν την παρούσα συνθήκη.

2. **Δειγματοληπτική έρευνα.** Στην έρευνα αυτή πραγματοποιείται η συλλογή κάποιων στοιχείων ώστε να γίνουν πράξη όσο το δυνατόν καλύτερα οι τρεις (3) βασικοί στόχοι της έρευνας, οι οποίοι δεν είναι άλλοι από την διερεύνηση, την περιγραφή και την ερμηνεία. Βασικό εργαλείο της δειγματοληπτικής έρευνας αποτελεί το ερωτηματολόγιο, η απάντηση του οποίου μπορεί να πραγματοποιηθεί με διάφορους τρόπους όπως είναι η χρήση του κλασικού ταχυδρομείου, η αποστολή μέσω του ηλεκτρονικού ταχυδρομείου (e-mail) ή ακόμη και μέσω τηλεφώνου. Στην περίπτωση αυτή υπάρχει μία αρκετά μεγάλη πιθανότητα τα τελικά αποτελέσματα να επαναχρησιμοποιηθούν και από άλλους ερευνητές, εφόσον εξυπηρετούν τους σκοπούς τους. Κάνουμε λόγο, δηλαδή, για μία δευτερογενή έρευνα. Η πρόσβαση σε αυτά τα στοιχεία μπορεί να γίνει μέσα από διάφορες υπηρεσίες όπως η Ελληνική Στατιστική Αρχή (ΕΛΣΤΑΤ), η Ελληνική Τράπεζα Κοινωνικών Δεδομένων (ΕΤΚΔ), κ.α.
3. **Πειραματικοί σχεδιασμοί.** Η έρευνα αυτή απαιτεί ένα μεγάλο φόρτο εργασίας. Με την απόφαση της πραγματοποίησης μίας πειραματικής έρευνας, ο ερευνητής ουσιαστικά καταγράφει τα δεδομένα που προκύπτουν πριν και μετά την άσκηση κάποιας επιρροής στα άτομα που υφίστανται αυτή την κατάσταση, χωρίς βέβαια να το γνωρίζουν οι ίδιοι. Για αυτό λοιπόν το σκοπό γίνεται ένας προέλεγχος και ένας μετά-έλεγχος.

4. **Μη αντιδραστικές μέθοδοι ανάλυσης.** Οι συγκεκριμένες μέθοδοι όπως δηλώνει και ο τίτλος τους είναι οι μοναδικές από τις τέσσερις (4) οι οποίες δεν προϋποθέτουν την αλληλεπίδραση δύο ή περισσότερων ατόμων για την διεξαγωγή της έρευνας. Σε αυτή την κατηγορία διακρίνονται άλλες δύο υποκατηγορίες ερευνών την έρευνα περιεχομένου όπου στοιχεία της έρευνας μπορούν να αποτελέσουν βιβλία, φωτογραφίες, κ.α., και οι έρευνες καταγεγραμμένων στατιστικών όπου χρησιμοποιούνται δεδομένα που προϋπάρχουν σε φορείς όπως η Ελληνική Στατιστική Αρχή (ΕΛΣΤΑΤ) και η Eurostat. (Μιλτιάδης Χαλικιάς, Αλεξάνδρα Μανωλέσου, Παναγιώτα Λάλου, 2015)

Επιπλέον, συμπεραίνουμε πως μπορεί να υπάρξει και ένας επιπλέον διαχωρισμός βάση των χαρακτηριστικών της έρευνας που μπορεί να είναι είτε ποιοτικά είτε ποσοτικά. Τα ποσοτικά χαρακτηριστικά είναι εκείνα που δεν μπορούν να εκφραστούν μέσω κάποιου αριθμού και χωρίζονται σε ιεραρχημένα (π.χ. βαθμολογία, scores) και σε ονομαστικά (π.χ. επάγγελμα, οικογενειακή κατάσταση). Ενώ τα ποσοτικά είναι αντιθέτως εκείνα τα οποία δηλώνουν τα αποτελέσματα μέσω αριθμών και ποσοστών. Τα ποσοτικά χαρακτηριστικά χωρίζονται και εκείνα σε κλίμακα λόγου (π.χ. αξία, ταχύτητα) και σε κλίμακα διαστήματος (π.χ. θερμοκρασία, tests). (Χαλικιάς, 2010)

4.1.2 Χρονικά Περιθώρια

Οι έρευνες που πραγματοποιούνται ανά τον κόσμο και μέσα στα χρόνια, όπως παρατηρήθηκε προηγουμένως, μπορεί να διαφέρουν μεταξύ τους για διάφορους λόγους. Ωστόσο, εντοπίζεται ένας ακόμη λόγος, ο οποίος βέβαια αποτελεί και σημαντικό κίνητρο για την περαιτέρω τμηματοποίηση. Ο χρόνος, λοιπόν, είναι εκείνος που μπορεί να διαιρέσει μία έρευνα και να την κατατάξει είτε στις σύγχρονες είτε στις διαχρονικές. Ως σύγχρονες οι ερευνητές συμφώνησαν πως χαρακτηρίζονται εκείνες που παρουσιάζουν κάποια στοιχεία τα οποία αφορούν αποκλειστικά και μόνο μία χρονική περίοδο. Παραδείγματος χάριν, η μέτρηση της πρόθεσης ψήφου αποτελεί μία σύγχρονη έρευνα, καθώς εκφράζει την επιθυμία συγκεκριμένου πληθυσμού, την συγκεκριμένη χρονική στιγμή. Από την άλλη πλευρά, οι διαχρονικές έρευνες είναι εκείνες οι οποίες περιέχουν στοιχεία και δεδομένα που έχουν συγκεντρωθεί σε διαφορετικά χρονικά διαστήματα. Έτσι με αυτό τον τρόπο οι ερευνητές μπορούν να παρατηρήσουν τις μεταβολές που πραγματοποιούνται μέσα από το πέρασμα του χρόνου, την εξέλιξη ή τον μαρασμό αντίστοιχα. (Μιλτιάδης Χαλικιάς, Αλεξάνδρα Μανωλέσου, Παναγιώτα Λάλου, 2015)

4.1.3 Πηγές Δεδομένων

Κάθε έρευνα που πραγματοποιείται, εφόσον οι ερευνητές έχουν αποφασίσει το είδος αυτής και με ότι μπορεί αυτό να συνεπάγεται, προχωρούν στην συλλογή δεδομένων. Για την ανεύρεση αυτών των δεδομένων, που αναζητά ο ερευνητής, γίνεται μία σχετική αναζήτηση, η οποία μπορεί να επιφέρει τα επιθυμητά αποτελέσματα από δύο διαφορετικές πηγές. Ο ερευνητής με λίγα λόγια μπορεί να αντλήσει δεδομένα από δύο διαφορετικά κανάλια. Πρώτον, μπορεί να χρησιμοποιήσει δεδομένα τα οποία έχει συλλέξει ο ίδιος. Για παράδειγμα, στοιχεία που προκύπτουν από την καθημερινή λειτουργία μίας εταιρείας (π.χ. στοιχεία πωλήσεων, κίνηση αποθήκης) αλλά και εκείνα που προέρχονται από έρευνες (π.χ. έρευνα αγοράς, κοινωνικές). Τα δεδομένα αυτά ονομάζονται πρωτογενή και οι πηγές αντίστοιχα πρωτογενείς πηγές. Επίσης, εντοπίζονται και οι δευτερογενείς πηγές και δεδομένα κατά σειρά, τα οποία είναι εκείνα που έχουν δημοσιευτεί από οργανισμούς ή δημόσιες υπηρεσίες

όπως η Εθνική Υπηρεσία της Ελλάδος (ΕΣΥΕ), η Στατιστική Υπηρεσία των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων (Eurostat), το Διεθνές Κέντρο Εμπορίου (International Trade Center), κ.α. (Χαλικιάς, 2010)

4.1.4 Επιλογή του πληθυσμού και του δείγματος

«Ο τρόπος επιλογής του δείγματος είναι μία διαδικασία που αποτελεί αντικείμενο τόσο της στατιστικής όσο και άλλων γνωστικών αντικειμένων όπως η κοινωνιολογία, η ψυχολογία, η έρευνα αγοράς, το marketing, κ.λπ. Σε συνδυασμό με άλλα θέματα που σχετίζονται με τις κοινωνικές έρευνες (ερωτηματολόγια, κλίμακες μέτρησης, εκτίμηση δειγματοληπτικών σφαλμάτων, κ.λπ.) αποτελεί περιεχόμενο της δειγματοληψίας.» Βασικό προαπαιτούμενο κατά την διαδικασία της δειγματοληψίας είναι το δείγμα να είναι τυχαίο για την ορθή εξαγωγή των σωστών συμπερασμάτων. Η δειγματοληψία διακρίνεται σε τέσσερις (4) υποκατηγορίες.

1. *Απλή τυχαία δειγματοληψία (simple random sample)*. Η κατηγορία αυτή αποτελεί την απλούστερη μορφή δειγματοληψίας ενός τυχαίου δείγματος. Στην συγκεκριμένη περίπτωση έχουμε το δειγματοληπτικό πλαίσιο (sample frame) το οποίο αντιπροσωπεύει το σύνολο του πληθυσμού και την δειγματοληπτική μονάδα (sampling unit) η οποία με την σειρά της χαρακτηρίζει το κάθε ένα δείγμα ξεχωριστά ως μονάδα.
2. *Στρωματοποιημένη τυχαία δειγματοληψία (stratified sampling)*. Σε αυτή την κατηγορία γίνεται μία επιπλέον κατηγοριοποίηση συγκριτικά με την προηγούμενη, καθώς από όλο το σύνολο του δείγματος γίνεται ένας διαχωρισμός με βάση κάποιο συγκεκριμένο χαρακτηριστικό γνώρισμα. Τοποθετούνται επομένως τα στοιχεία του δείγματος σε στρώματα (strata) και στην συνέχεια γίνεται η επιλογή από κάθε στρώμα ξεχωριστά.
3. *Δειγματοληψία σε πολλά στάδια (multi-stage sampling)*. «Απαραίτητη προϋπόθεση για την επιλογή ενός τυχαίου δείγματος είναι η καταγραφή όλων των μελών του πληθυσμού που εξετάζουμε σε έναν ενιαίο κατάλογο, δηλαδή το δειγματολογικό πλαίσιο. Εάν ως βασικός κατάλογος (δειγματολογικό πλαίσιο) είναι ο χάρτης, τότε ονομάζεται επιφανειακή δειγματοληψία (area sampling).
4. *Δειγματοληψία ποσοστών (quota sampling)*. Στην μέθοδο αυτή το δείγμα δεν είναι 100% τυχαίο. Ο ερευνητής έχει προσχεδιάσει κάποια χαρακτηριστικά που επιθυμεί για το δείγμα του (π.χ. 40% άνδρες, 40 % γυναίκες και 20% ανήλικα παιδιά) και πραγματοποιεί την έρευνα του με γνώμονα αυτά τα ποσοστά (quotas). (Χαλικιάς, 2010)

4.1.5 Επιλογή της μεθόδου και της τεχνικής

Η επιλογή του θέματος το οποίο πρόκειται να εξετασθεί και να τεθεί υπό μελέτη, αποτελεί ουσιαστικά χαρακτηριστικό γνώρισμα το οποίο θα οδηγήσει τον ερευνητή ή του ερευνητές στην επιλογή και της αντίστοιχης μεθόδου. Η μέθοδος της οποίας πρόκειται να γίνει χρήση, είναι εκείνη που θα βοηθήσει τον ερευνητή να διεξάγει την έρευνα που έχει σχεδιάσει. Γι' αυτό, λοιπόν, το λόγο η επιλογή της καταλληλότερης ανάμεσα στις άλλες, πρέπει να γίνει με προσοχή και με γνώμονα πάντα το ίδιο το αντικείμενο που βρίσκεται υπό την έρευνα. Για παράδειγμα, σε μία έρευνα στην οποία είναι μετρήσιμα (π.χ. ποσοστό ανέργων) η έρευνα θα πραγματοποιηθεί υπό την "καθοδήγηση" της ποσοτικής μεθόδου. Ενώ σε περίπτωση όπου συμπεριλαμβάνονται και στοιχεία τα οποία δεν μπορούν να αποτυπωθούν

σε νούμερα ή ποσοστά (π.χ. η γνώμη κάποιου) τότε το μεθοδολογικό εργαλείο χαρακτηρίζεται ως ποιοτικό. Η σύνδεση αυτών των δύο μεθόδων αποτελεί για ορισμένους ερευνητές, την "χρυσή τομή". Κάθε ερευνητής έχει στην διάθεση του μία πληθώρα επιλογών όσον αφορά τις μεθόδους και τα εργαλεία που θα κάνει χρήση για να φτάσει σε ένα αποτέλεσμα. Σε κάθε περίπτωση, επομένως, επιλέγει όποια εκείνος θεωρεί και πιστεύει πως θα τον βοηθήσουν περισσότερο να διερευνήσει το θέμα του και να οδηγηθεί έως το τελικό αποτέλεσμα. (Μιλτιάδης Χαλικιάς, Αλεξάνδρα Μανωλέσου, Παναγιώτα Λάλου, 2015)

4.2 Η συγκεκριμένη έρευνα

4.2.1 Το δείγμα

Το δείγμα της συγκεκριμένης έρευνας αποτελείται από είκοσι (20) ξενοδοχειακές μονάδες, οι οποίες κατατάσσονται στις κατηγορίες των τεσσάρων (4) και πέντε (5) αστέρων (*) αντίστοιχα. Τα ξενοδοχεία αυτά κατανέμονται σε διάφορες πόλεις της Ελλάδας και κατά κύριο λόγο σε μεγάλα αστικά κέντρα, χωρίς όμως αυτό να συνεπάγεται πως ανάμεσά τους δεν διακρίνονται και κάποια από πιο μικρά πληθυσμιακές (επαρχιακές) πόλεις της χώρας μας. Πιο συγκεκριμένα οι πόλεις αυτές οι οποίες μέσω των ξενοδοχειακών τους μονάδων κλήθηκαν να πρωταγωνιστήσουν στην έρευνα αυτή είναι η Αθήνα, η Θεσσαλονίκη, η Πάτρα, η Ρόδος και τρεις (3) από τις τέσσερις (4) πρωτεύουσες της Περιφέρειας Θεσσαλίας (Καρδίτσα – Τρίκαλα – Λάρισα). Βέβαια, ανάμεσα στις απαντήσεις εντοπίζονται και ορισμένες, τις οποίες εάν τις τοποθετήσουμε στο χάρτη, παρατηρούμε μία διαφορά. Αυτό συμβαίνει καθώς ένα ποσοστό αυτών δεν προέρχεται αποκλειστικά και μόνο από την πρωτεύουσα του Νομού Καρδίτσας αλλά από την ευρύτερη περιοχή του Μουζακίου και της Λίμνης Πλαστήρα, αλλά και από μία ξενοδοχειακή μονάδα η οποία ξεπερνά τα ελληνικά σύνορα και βρίσκεται στην πόλη της Ισπανίας, την Βαρκελώνη. Στο σύνολό του το δείγμα από ξενοδοχειακές μονάδες που η λειτουργία τους επεκτείνεται σε όλη την διάρκεια του ημερολογιακού έτους είτε πάλι και όχι (σεζόν). Εν κατακλείδι, τα άτομα στα οποία απευθυνόταν η συγκεκριμένη έρευνα, ήταν εργαζόμενοι πρώτης γραμμής που ερχόταν σε άμεση επαφή με τους πελάτες και όχι προϊστάμενοι και διοικητικά στελέχη. Οι συνολικές απαντήσεις ανέρχονται στις 54.

4.2.2 Χρονική Διάρκεια

Όλοι οι ερωτηθέντες αυτής της μελέτης κλήθηκαν να απαντήσουν στα ερωτήματα που τους είχαν αποσταλεί μέσα σε ένα συγκεκριμένο χρονικό περιθώριο χωρίς βέβαια να το γνωρίζουν. Την ημέρα Πέμπτη 1 Φεβρουαρίου 2018 στάλθηκε μέσω του ηλεκτρονικού ταχυδρομείου (e-mail), σχεδόν σε όλα τα ξενοδοχεία που συμμετείχαν στην έρευνα ένα μήνυμα το οποίο ανέφερε όλα όσα έπρεπε να γνωρίζουν για αυτή. Στην συνέχεια την Πέμπτη 15 Φεβρουαρίου έγινε η αποστολή ενός ακόμη μηνύματος το οποίο είχε ως σκοπό την υπενθύμιση των ερωτηθέντων, ώστε να συμμετάσχουν στην έρευνα, όσοι βέβαια δεν το είχαν ήδη κάνει. Και τέλος το Σάββατο 3 Μαρτίου τοποθετήθηκε ένας ηλεκτρονικός περιορισμός ο οποίος δεν επέτρεπε πλέον την συμμετοχή στην έρευνα, καθώς είχε επέλθει το πέρας των 31 ημερών και τα χρονικά περιθώρια της έρευνας είχαν λήξει.

4.2.3 Μεθοδολογικό Εργαλείο

Η συγκεκριμένη μελέτη όπως και κάθε άλλη , στηρίχθηκε πάνω σε κάποια εργαλεία ώστε να φτάσει στο τελικό αποτέλεσμα, την εξαγωγή αποτελεσμάτων και συμπερασμάτων. Κάνουμε λόγο για μία δειγματοληπτική έρευνα όπου για την συγκέντρωση των απαντήσεων έγινε η χρήση ερωτηματολογίου. Τα ερωτηματολόγια στάλθηκαν στους ενδιαφερόμενους και τους άμεσα εμπλεκόμενους μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου (e-mail). Επίσης, βάση των χαρακτηριστικών της κατατάσσεται και στην ποιοτική έρευνα καθώς υπήρχαν ερωτήσεις μη

μετρήσιμες σε ποσοστά και νούμερα (π.χ. Για ποιο λόγο πιστεύετε ότι γίνεται η αξιολόγηση των εργαζομένων;) αλλά και ερωτήσεις που αντίθετα με τις προηγούμενες μπορούν να εκφραστούν μέσω ενός αριθμού ή / και ποσοστού (π.χ. Πόσες ώρες εργάζεσθε ημερησίως;). Υπήρξαν ερωτήσεις κλειστού και ανοιχτού τύπου όπως και επίσης απλές διχοτομημένες απαντήσεις (π.χ. Ναι, Όχι,) αλλά και πολλαπλής επιλογής. Στο σύνολό τους οι ερωτήσεις ανέρχονται στις 27, με τις 7 από αυτές να κατατάσσονται στα δημογραφικά στοιχεία (π.χ. φύλο, ηλικία) και τις υπόλοιπες 20 σε ερωτήσεις σχετικές με το θέμα της έρευνας.

4.2.4 Προσδοκώμενα Αποτελέσματα

Μετά το πέρας της διαδικασίας αυτής και πριν την καταμέτρηση των αποτελεσμάτων υπάρχουν κάποιες αρχικές σκέψεις για την έκβαση αυτής της έρευνας. Δηλαδή, δεδομένης της γενικότερης κατάστασης που επικρατεί στην χώρα μας τα τελευταία χρόνια, υπάρχει μεγάλη πιθανότητα σε ερωτήσεις όπως «Πόσες ώρες εργάζεσθε ημερησίως;» το ποσοστό που θα υπερισχύσει να είναι εκείνο που αντιπροσωπεύει ώρες πάνω από το συνηθισμένο οκτάωρο. Επιπλέον, ένα υψηλό ποσοστό μπορεί να τοποθετηθεί, δηλώνοντας πως ο μισθός που λαμβάνει για την εργασία του να βρίσκεται αρκετά χαμηλά. Παρ' όλα αυτά παρατηρείται πως δεν δηλώνουν δυσαρεστημένοι με την παραμονή τους στο συγκεκριμένο ξενοδοχείο διότι για παράδειγμα το εργασιακό κλίμα είναι ιδανικό για τους ίδιους. Επομένως, εύκολα γίνεται αντιληπτό πως η ικανοποίηση είναι ένα εντελώς υποκειμενικό στοιχείο χωρίς κανένα σημάδι αντικειμενικότητας, καθώς το κάθε άτομο ικανοποιείται με διαφορετικό τρόπο και μέσα. Άρα, πιθανώς να παρατηρηθεί το γεγονός ότι παρ' όλη την δυσκολία που μπορεί να αντιμετωπίζουν οι εργαζόμενοι στο χώρο των ξενοδοχειακών μονάδων, η ικανοποίηση που λαμβάνουν από την ενασχόλησή αυτή βρίσκεται σε υψηλό ποσοστό.

Κεφάλαιο 5ο – Ανάλυση των αποτελεσμάτων και περιγραφή του προγράμματος SPSS

5.1 Λίγα λόγια για το πρόγραμμα

Το στατιστικό πρόγραμμα δημιουργήθηκε 53 χρόνια πριν, κάπου κοντά στο 1965. Εμπνευστές και δημιουργοί του προγράμματος ήταν δύο φοιτητές του Stanford University του San Francisco. Με σκληρή δουλειά και επιμονή οι δύο νέοι μέσα σε κάποια χρόνια κατάφεραν να το εξελίξουν και να το μετατρέψουν σε ένα πρωτοποριακό για τα δεδομένα στατιστικό εργαλείο. Η πρώτη έκδοση του IBM Superior Performance Software System (Σύστημα Λογισμικού Μέγιστης Πληροφόρησης), όπως είναι η ολοκληρωμένη ονομασία του, ήταν η SPSS 5. Έκδοση που λειτουργεί μόνο στο γραφικό περιβάλλον των Windows. Ακολούθησαν και επόμενες εκδόσεις αρκετά αναβαθμισμένες με τελευταία την SPSS 24.0. Η έκδοση που χρησιμοποιήθηκε για τους σκοπούς της συγκεκριμένης εργασίας είναι η SPSS 20.0. Βασικές λειτουργίες του προγράμματος είναι η εισαγωγή και η επεξεργασία δεδομένων που προκύπτουν από μία έρευνα, για την εξαγωγή αποτελεσμάτων. Εν κατακλείδι, το συγκεκριμένο πρόγραμμα διατίθεται δωρεάν προς τους χρήστες και δεν προϋποθέτει καμία προηγούμενη γνώση, εφόσον υπάρχει μία βασική εξοικείωση με τους ηλεκτρονικούς υπολογιστές γενικότερα. (Φαχιρίδης, 2014)

5.2 Παρουσίαση και ανάλυση των αποτελεσμάτων

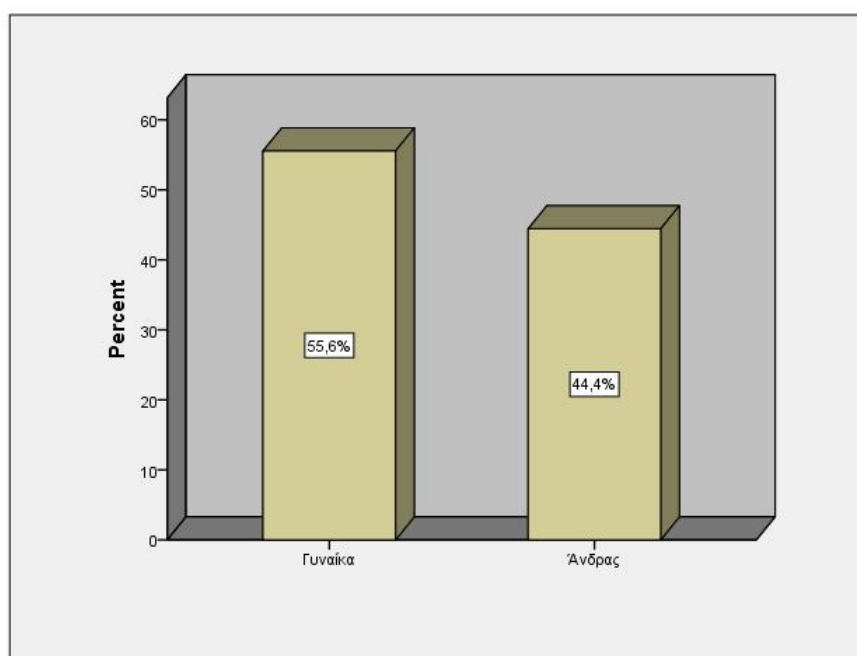
Δημογραφικά Στοιχεία

Ερώτηση 1: Φύλο

Πίνακας 2

	Frequency	Percent
Valid Γυναίκα	30	55,6
Valid Άνδρας	24	44,4
Total	54	100,0

Διάγραμμα 1



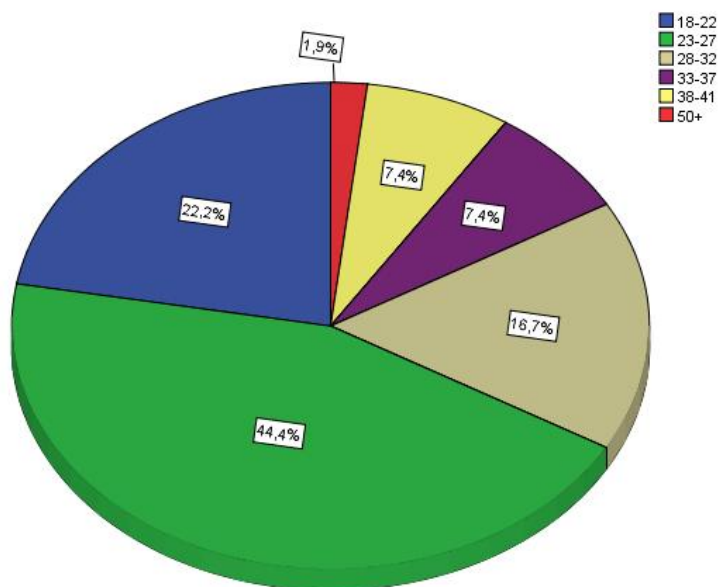
Αρχικά, στην πρώτη ερώτηση οι συμμετέχοντες στην έρευνα κλήθηκαν να προσδιορίσουν το φύλο τους. Έτσι, με ποσοστό 55,6% και 30 από τις συνολικά 54 απαντήσεις, οι γυναίκες αποτελούν την πλειοψηφία του δείγματος έναντι των ανδρών, οι οποίοι συγκέντρωσαν το 44,4% με 24 απαντήσεις.

Ερώτηση 2: Ηλικία

Πίνακας 3

	Frequency	Percent
Valid 18-22	12	22,2
23-27	24	44,4
28-32	9	16,7
33-37	4	7,4
38-41	4	7,4
50+	1	1,9
Total	54	100,0

Διάγραμμα 2



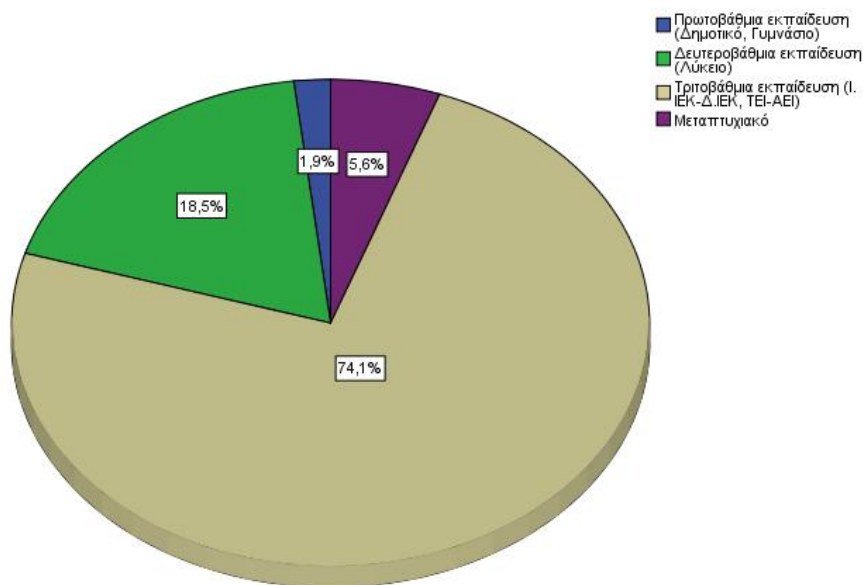
Όπως φαίνεται στο σχήμα αλλά και στον πίνακα το 44,4% με 24 απαντήσεις δηλώνει πως ηλικιακά βρίσκεται στα 23-27 έτη, το 22,2% με 12 απαντήσεις βρίσκεται στα 18-22 έτη, το 16,7% με 9 απαντήσεις στα 28-32 έτη, αμέσως μετά συναντώνται εκείνοι που δήλωσαν είτε 33-37 είτε 38-41 έτη καθώς κατέχουν το ισόποσο ποσοστό της τάξης του 7,4% και με 4 απαντήσεις αντίστοιχα, ενώ εντοπίζεται και το ποσοστό του 1,9% με 1 μόλις απάντηση στα 50+ έτη.

Ερώτηση 3: Εκπαίδευση

Πίνακας 4

	Frequency	Percent
Valid		
Πρωτοβάθμια εκπαίδευση (Δημοτικό)	1	1,9
Δευτεροβάθμια εκπαίδευση (Γυμνάσιο, Λύκειο)	10	18,5
Τριτοβάθμια εκπαίδευση (Ι.ΙΕΚ-Δ.ΙΕΚ, ΤΕΙ-ΑΕΙ)	40	74,1
Μεταπτυχιακό	3	5,6
Total	54	100,0

Διάγραμμα 3



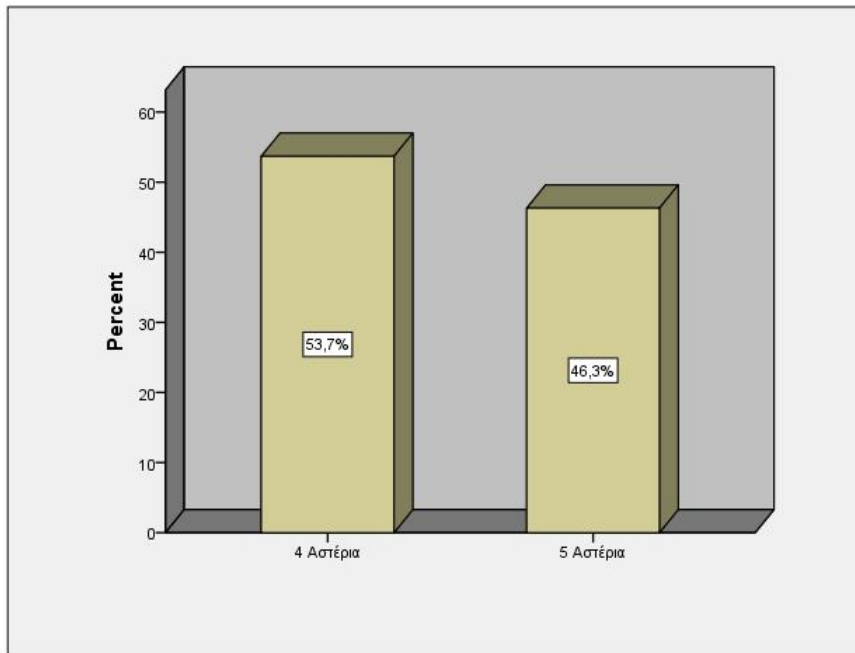
Στην ερώτηση για την εκπαίδευση η Τριτοβάθμια Εκπαίδευση (Δ.ΙΕΚ-Ι.ΙΕΚ, ΑΕΙ-ΤΕΙ) συγκέντρωσε το υψηλότερο ποσοστό (74,1%) με 40 απαντήσεις. Δεύτερη έρχεται η Δευτεροβάθμια Εκπαίδευση (Λύκειο– Γυμνάσιο) με ποσοστό 18,5% και 10 απαντήσεις, Τρίτη σε σειρά η κατηγορία με το Μεταπτυχιακό με ποσοστό 5,6% και 3 απαντήσεις και τέλος με ποσοστό 1,9% και μόνο 1 απάντηση η Πρωτοβάθμια Εκπαίδευση (Δημοτικό).

Ερώτηση 4: Κατηγορία Ξενοδοχείου

Πίνακας 5

	Frequency	Percent
Valid 4 Αστέρια	29	53,7
Valid 5 Αστέρια	25	46,3
Total	54	100,0

Διάγραμμα 4



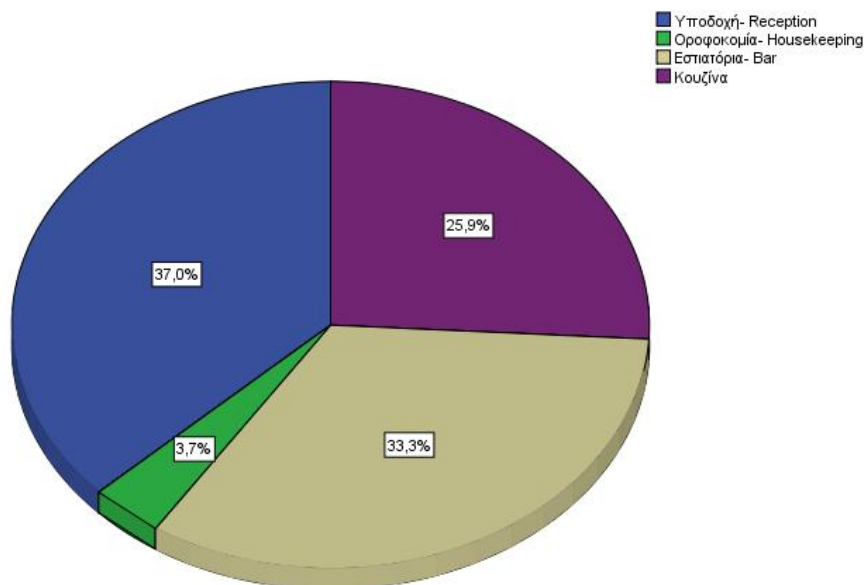
Οι εργαζόμενοι οι οποίοι εργάζονται σε ξενοδοχεία τεσσάρων αστερών (4*) είναι εκείνοι που συγκέντρωσαν το ποσοστό 53,7% με 29 απαντήσεις και εκείνοι οι οποίοι εργάζονται σε ξενοδοχεία πέντε αστερών (5*) κατέχουν το 46,3% με 25 απαντήσεις.

Ερώτηση 5: Τμήμα Απασχόλησης

Πίνακας 6

	Frequency	Percent
Υποδοχή- Reception	20	37,0
Οροφκομία- Housekeeping	2	3,7
Valid Εστιατόρια- Bar	18	33,3
Κουζίνα	14	25,9
Total	54	100,0

Διάγραμμα 5



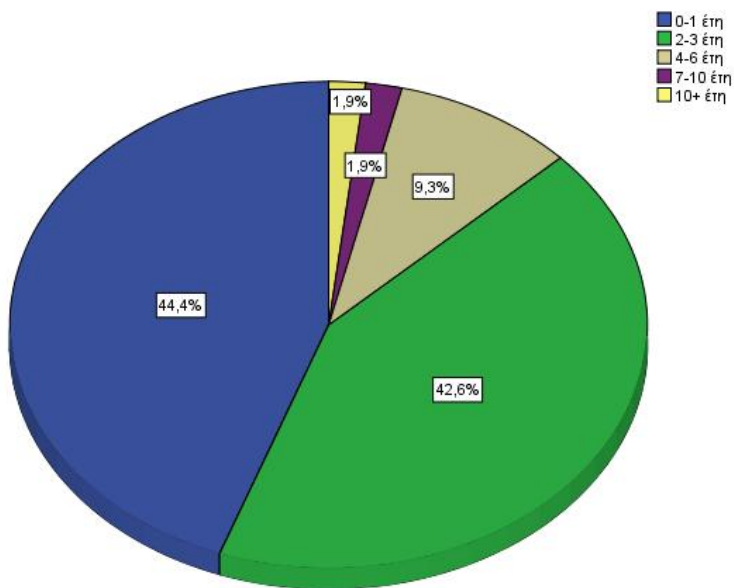
Όπως είναι φανερό το 37,0% με 20 απαντήσεις προέρχεται από την Υποδοχή – Reception, το 33,3% με 18 απαντήσεις από τα Εστιατόρια – Bar , το 25,9% με 14 απαντήσεις από την κουζίνα και το 3,7% με 2 απαντήσεις από την Οροφκομία – Housekeeping.

Ερώτηση 6: Προϋπηρεσία (σε ξενοδοχείο)

Πίνακας 7

	Frequency	Percent
Valid 0-1 έτη	24	44,4
2-3 έτη	23	42,6
4-6 έτη	5	9,3
7-10 έτη	1	1,9
10+ έτη	1	1,9
Total	54	100,0

Διάγραμμα 6



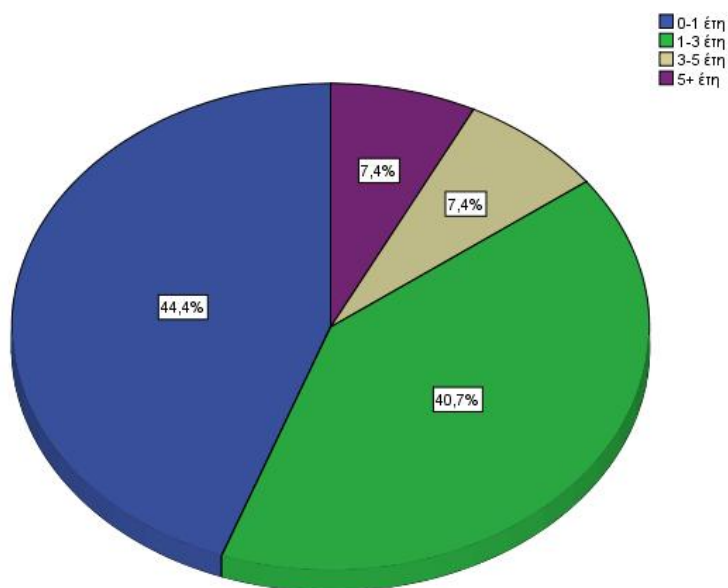
Πρώτη σε σειρά έρχεται η κατηγορία που αντιπροσωπεύει τα 0-1 έτη με ποσοστό 44,4% και 24 απαντήσεις, στην συνέχεια τα 2-3 έτη με ποσοστό 42,6% και 23 απαντήσεις, ακολουθούν τα 4-6 έτη με ποσοστό 9,3% και 5 απαντήσεις και στην τελευταία θέση τα 7-10 έτη και τα 10+ έτη με ποσοστό 1,9% και 1 απάντηση η κάθε μία κατηγορία.

Ερώτηση 7: Πόσο καιρό εργάζεσθε για την συγκεκριμένη επιχείρηση;

Πίνακας 8

	Frequency	Percent
0-1 έτη	24	44,4
1-3 έτη	22	40,7
Valid 3-5 έτη	4	7,4
5+ έτη	4	7,4
Total	54	100,0

Διάγραμμα 7



Το μεγαλύτερο ποσοστό το οποίο ανέρχεται στο 44,4% και με 25 απαντήσεις αντιπροσωπεύει την κατηγορία των 0-1 ετών, το 40,7% με 22 απαντήσεις τα 1-3 έτη, και το 7,4% με 4 απαντήσεις αντίστοιχα τα 3-5 έτη και τα 5+ έτη.

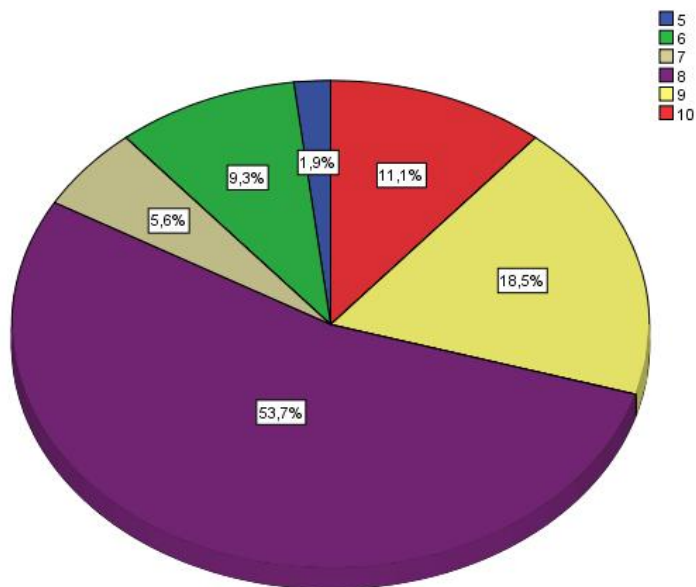
Ερωτήσεις

Ερώτηση 8: Πόσες ώρες εργάζεσθε ημερησίως;

Πίνακας 9

	Frequency	Percent
5	1	1,9
6	5	9,3
7	3	5,6
Valid 8	29	53,7
9	10	18,5
10	6	11,1
Total	54	100,0

Διάγραμμα 8



Στην ερώτηση για τις ώρες που εργάζεται ο κάθε ένας από τους ερωτηθέντες, τα ποσοστά διαμορφώνονται ως εξής :

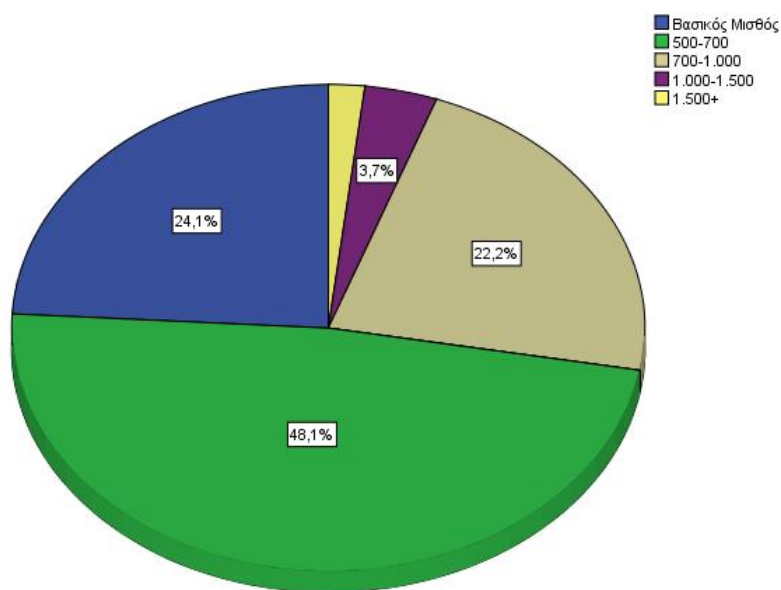
- 53,7% με 29 απαντήσεις αντιστοιχεί στις 8 ώρες
- 18,5% με 10 απαντήσεις αντιστοιχεί στις 9 ώρες
- 11,1% με 6 απαντήσεις αντιστοιχεί στις 10 ώρες
- 9,3% με 5 απαντήσεις αντιστοιχεί στις 6 ώρες
- 5,6% με 3 απαντήσεις αντιστοιχεί στις 7 ώρες
- 1,9% με 1 απαντήσεις αντιστοιχεί στις 5 ώρες

Ερώτηση 9: Πόσα χρήματα λαμβάνετε μηνιαίως;

Πίνακας 10

	Frequency	Percent
Valid		
Βασικός Μισθός	13	24,1
500-700	26	48,1
700-1.000	12	22,2
1.000-1.500	2	3,7
1.500+	1	1,9
Total	54	100,0

Διάγραμμα 9



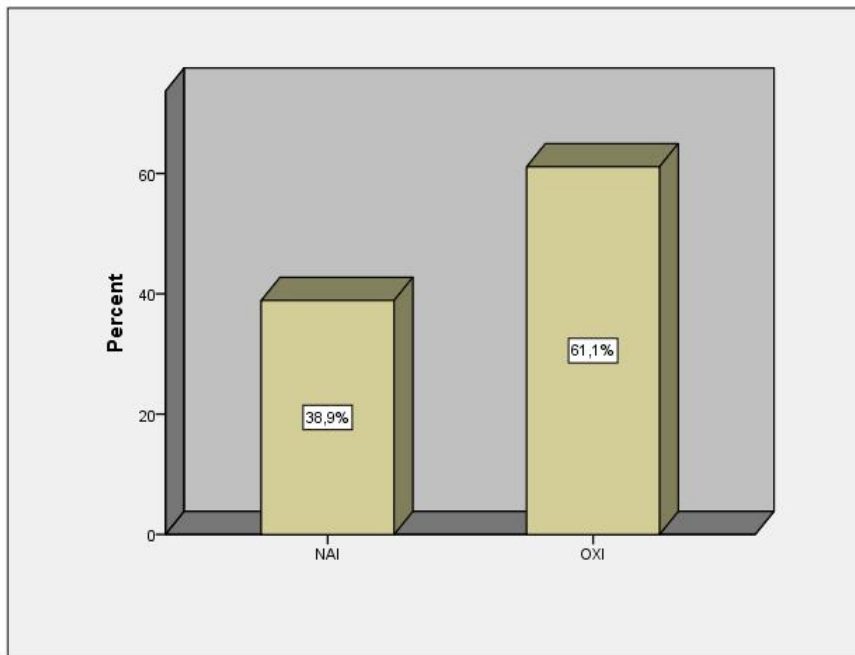
Η κατηγορία των 500-700 € με 26 απαντήσεις και ποσοστό 48,1% είναι εκείνη που δηλώνει τις χρηματικές απολαβές των εργαζομένων στα ξενοδοχεία. Στην συνέχεια, με ποσοστό 24,1% και 13 απαντήσεις έρχεται ο Βασικός Μισθός, με ποσοστό 22,2% και 12 απαντήσεις τα 700-1.000€ με 2 απαντήσεις και ποσοστό 3,7% τα 1.000-1.500€ και τέλος με ποσοστό 1,9% και 1 απάντηση τα 1.500+€

Ερώτηση 10: Σε περίπτωση υπερωρίας λαμβάνετε κάποια οικονομική ανταμοιβή;

Πίνακας 11

		Frequency	Percent
Valid	NAI	21	38,9
	OXI	33	61,1
	Total	54	100,0

Διάγραμμα 10



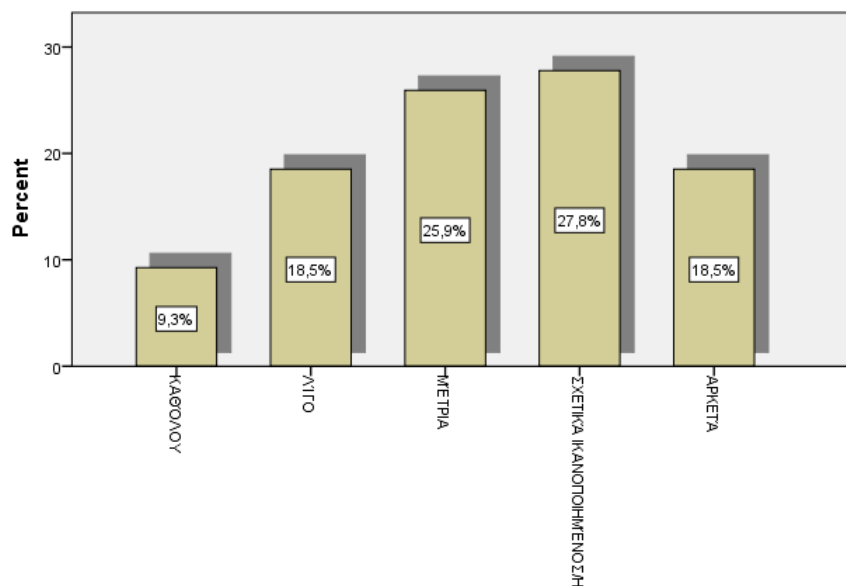
Εύκολα γίνεται αντιληπτό πως η απάντηση του ΌΧΙ συγκέντρωσε το ποσοστό της τάξης του 61,1% με 33 απαντήσεις, ενώ η απάντηση του ΝΑΙ συγκέντρωσε ποσοστό 38,9% με 21 συνολικά απαντήσεις.

Ερώτηση 11: Πόσο ικανοποιημένος/η είστε από τις απολαβές σας σχετικά με τις ώρες εργασίας;

Πίνακας 12

	Frequency	Percent
ΚΑΘΟΛΟΥ	5	9,3
ΛΙΓΟ	10	18,5
ΜΕΤΡΙΑ	14	25,9
ΣΧΕΤΙΚΑ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΜΕΝΟΣ/Η	15	27,8
ΑΡΚΕΤΑ	10	18,5
Total	54	100,0

Διάγραμμα 11



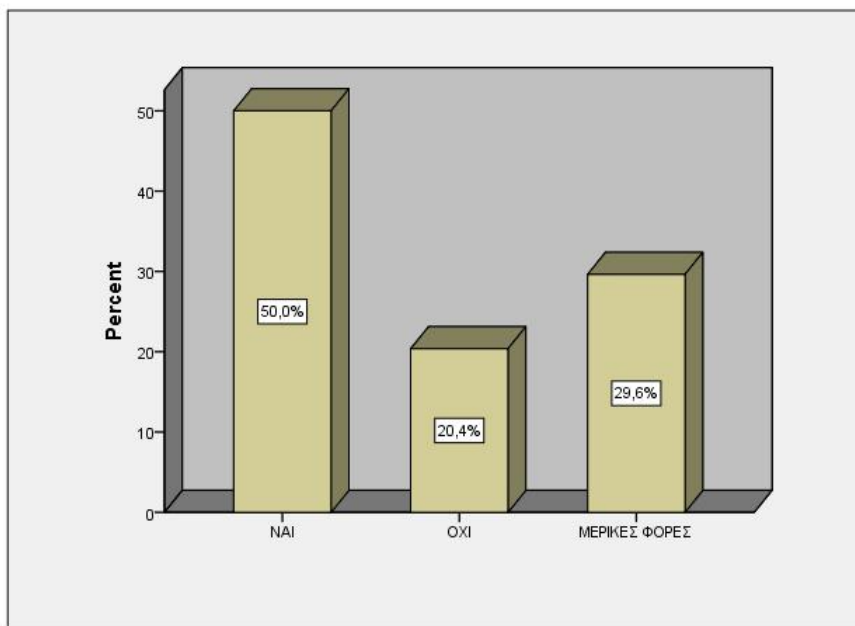
Στην ερώτηση για τον βαθμό ικανοποίησης των εργαζομένων σχετικά με τις ώρες εργασίας και τις απολαβές η πλειοψηφία δήλωσε Σχετικά Ικανοποιημένος/η με ποσοστό 27,8% και 15 απαντήσεις. Αμέσως μετά έρχονται οι Μέτρια με 25,9% και 14 απαντήσεις, στην συνέχεια οι Αρκετά και οι Λίγο με ποσοστό 18,5% και 10 απαντήσεις αντίστοιχα και τέλος οι Καθόλου με 9,3% και 5 απαντήσεις.

Ερώτηση 12: Το τμήμα Ανθρώπινου Δυναμικού (Human Recourses, HR) είναι πρόθυμο να συζητήσει τυχόν ζητήματα;

Πίνακας 13

		Frequency	Percent
Valid	ΝΑΙ	27	50,0
	ΟΧΙ	11	20,4
	ΜΕΡΙΚΕΣ ΦΟΡΕΣ	16	29,6
	Total	54	100,0

Διάγραμμα 12



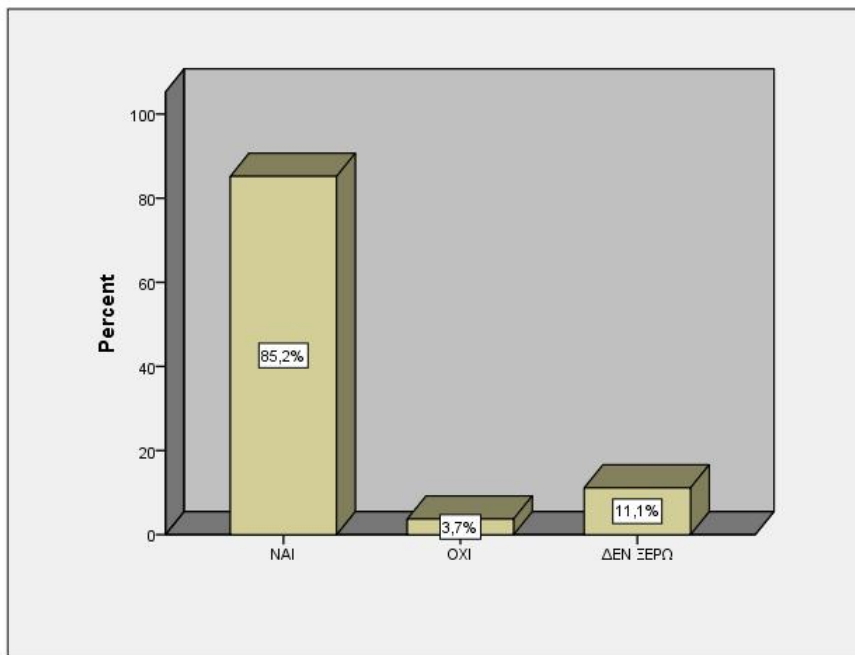
Η πληθώρα των απαντήσεων συγκεντρώνεται στο ΝΑΙ το οποίο εκφράζεται και με το ποσοστό 50,0% και 27 απαντήσεις, η απάντηση ΜΕΡΙΚΕΣ ΦΟΡΕΣ συγκέντρωσε 18 απαντήσεις και ποσοστό 29,6% και το ΟΧΙ κατέχει την τρίτη θέση με 11 απαντήσεις και ποσοστό 20,4%.

Ερώτηση 13: Γίνεται αξιολόγηση του προσωπικού στην επιχείρηση;

Πίνακας 14

	Frequency	Percent
Valid		
NAI	46	85,2
OXI	2	3,7
ΔΕΝ ΞΕΡΩ	6	11,1
Total	54	100,0

Διάγραμμα 13



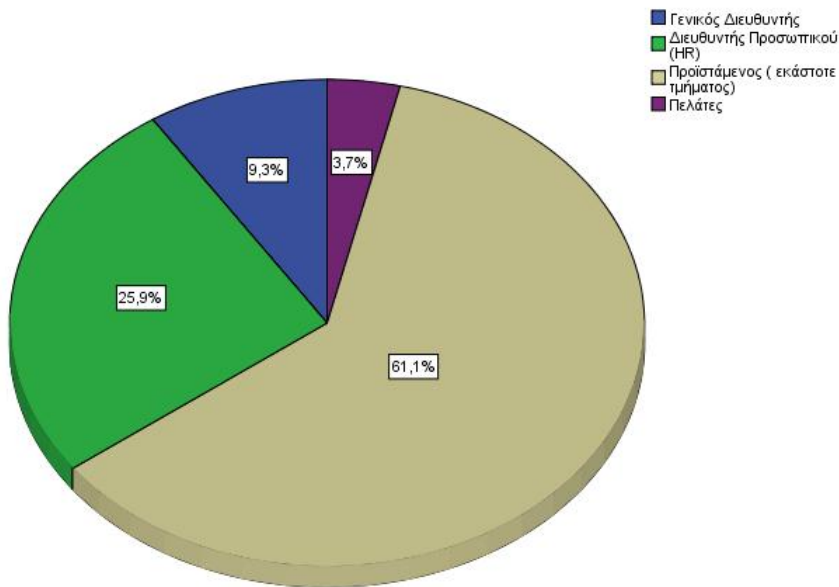
Οι 46 από τους συμμετέχοντες στην έρευνα δήλωσαν ΝΑΙ στην ερώτηση για το εάν πραγματοποιείται αξιολόγηση στην επιχείρηση που εργάζονται και το ποσοστό που μετρήθηκε ανέρχεται στο 85,2%. Το 11,1% (δηλαδή 6 απαντήσεις) δήλωσε ΔΕΝ ΞΕΡΩ και το 3,7% (δηλαδή 2 απαντήσεις) ΟΧΙ.

Εάν ΝΑΙ από ποιόν πραγματοποιείται;

Πίνακας 15

	Frequency	Percent
Γενικός Διευθυντής	5	9,3
Διευθυντής Προσωπικού (HR)	14	25,9
Valid Προϊστάμενος (εκάστοτε τμήματος)	33	61,1
Πελάτες	2	3,7
Total	54	100,0

Διάγραμμα 14



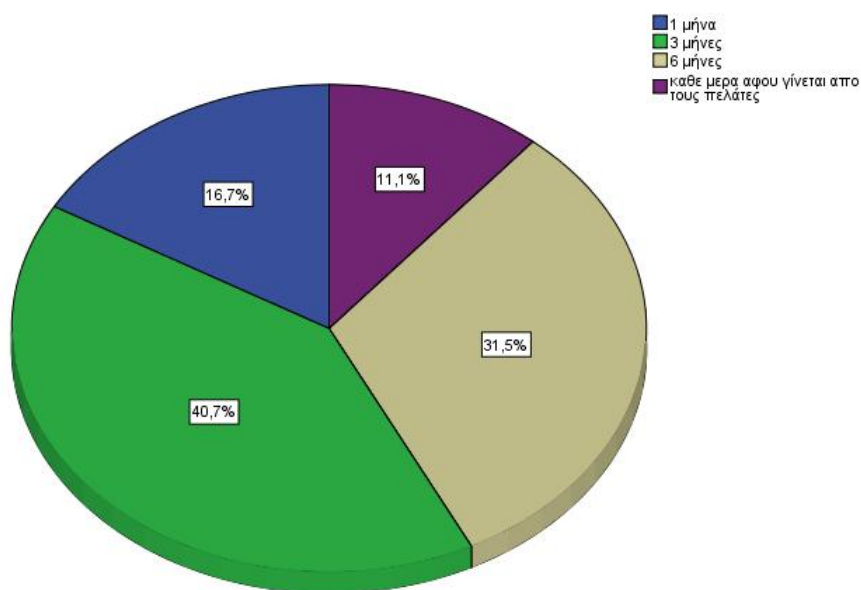
Το ποσοστό 61,1% το οποίο προέρχεται από 33 απαντήσεις από τις 54 συνολικά δηλώνει πως η αξιολόγηση γίνεται κατά κύριο λόγο από τον Προϊστάμενο του εκάστοτε τμήματος. Ακολουθούν ο Διευθυντής Προσωπικού (HR) με ποσοστό 25,9% και 15 απαντήσεις, ο Γενικός Διευθυντής με 9,3% και 5 απαντήσεις και οι Πελάτες με 3,7% και 2 απαντήσεις.

Ερώτηση 14: Κάθε πότε γίνεται η αξιολόγηση;

Πίνακας 16

	Frequency	Percent
Valid 1 μήνα	9	16,7
3 μήνες	22	40,7
6 μήνες	17	31,5
κάθε μερα αφου γίνεται απο τους πελάτες	6	11,1
Total	54	100,0

Διάγραμμα 15



Στην ερώτηση για το κάθε πότε γίνεται η αξιολόγηση τα ποσοστά διαμορφώθηκαν ως :

- 40,7% με 22 απαντήσεις για την κατηγορία 3 μήνες
- 31,5% με 17 απαντήσεις για την κατηγορία 6 μήνες
- 16,7% με 9 απαντήσεις για την κατηγορία 1 μήνας

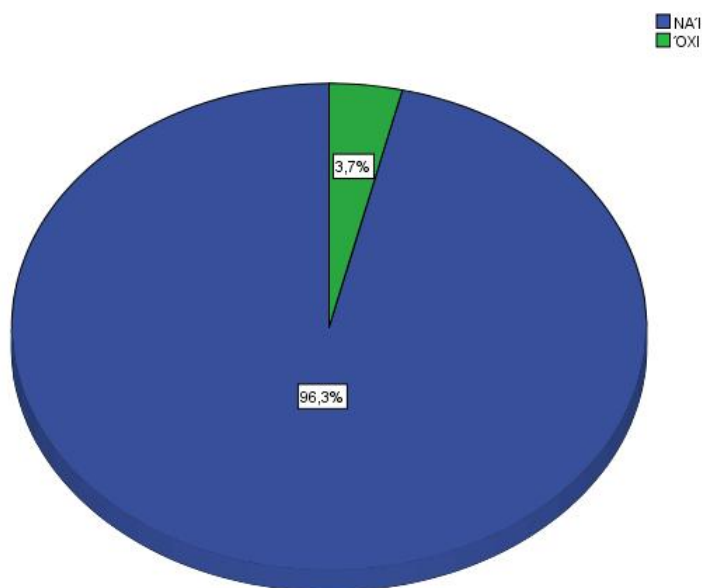
Ενώ στην επιλογή Άλλο καταγράφηκε μία απάντηση που αναλογεί στο 11,1% , «κάθε μέρα αφού γίνεται από τους πελάτες».

Ερώτηση 15: Συμφωνείτε με τον τρόπο αξιολόγησης;

Πίνακας 17

		Frequency	Percent
Valid	ΝΑΙ	52	96,3
	ΌΧΙ	2	3,7
	Total	54	100,0

Διάγραμμα 16



Εμφανής είναι η δήλωση των εργαζομένων πως συμφωνούν με τον τρόπο αξιολόγησης, καθώς το ποσοστό στην απάντηση ΝΑΙ ανέρχεται στο 96,3% και στις 52 απαντήσεις ενώ το ΌΧΙ συγκέντρωσε μόλις 2 απαντήσεις και ποσοστό 3,7%. Βέβαια, στην αμέσως επόμενη ερώτηση όσοι απάντησα ΌΧΙ κλήθηκαν να δικαιολογήσουν την απάντησή τους όπως και έκαναν. Οι δύο απαντήσεις που δόθηκαν ήταν οι εξής :

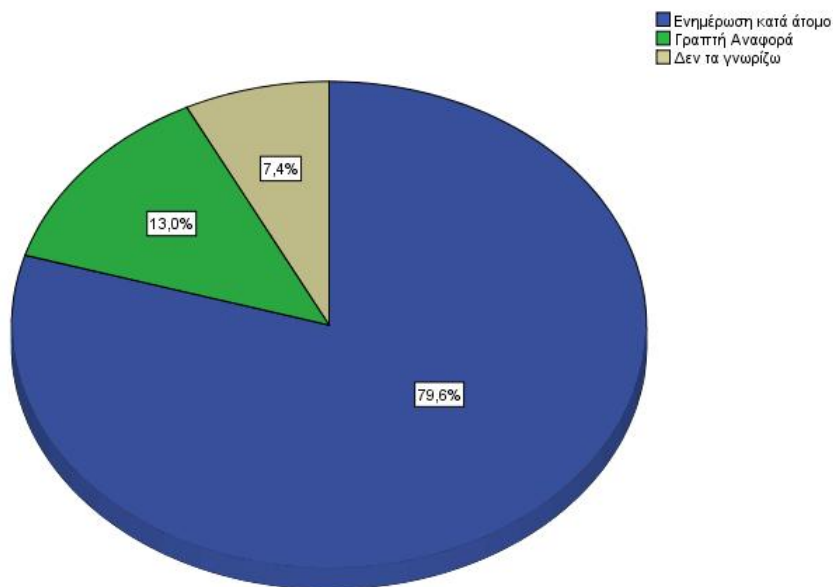
1. Δεν υπάρχει αντικειμενικότητα
2. Είναι υποκειμενικός

Ερώτηση 16: Με ποιόν τρόπο πληροφορήστε για τα αποτελέσματα της αξιολόγησής σας;

Πίνακας 18

	Frequency	Percent
Valid Ενημέρωση κατά άτομο	43	79,6
Valid Γραπτή Αναφορά	7	13,0
Valid Δεν τα γνωρίζω	4	7,4
Total	54	100,0

Διάγραμμα 17



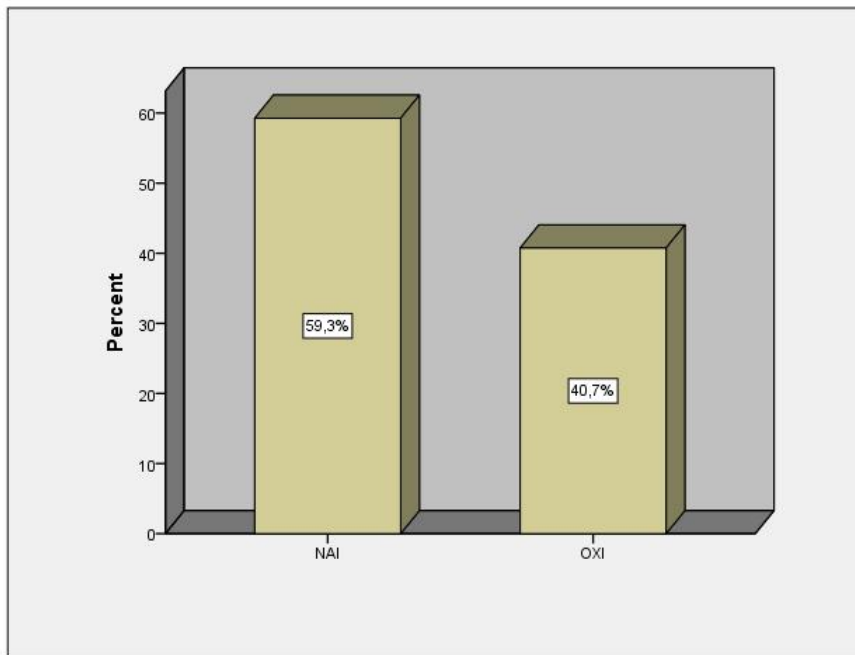
Στην ερώτηση για τον τρόπο με τον οποίο οι εργαζόμενοι πληροφορούνται τα αποτελέσματα της αξιολόγησης, στην οποία υποβάλλονται, η πλειοψηφία απάντησε με την μέθοδο της Ενημέρωσης κατά άτομο και ποσοστό 79,6% με 43 απαντήσεις. Το 13,0% με 7 απαντήσεις δήλωσε ως μέθοδο την Γραπτή Αναφορά και το 7,4% με 4 απαντήσεις δήλωσε πως Δεν τα γνωρίζει.

Ερώτηση 17: Σε περίπτωση θετικής αξιολόγησης υπάρχει κάποιο είδος επιβράβευσης;

Πίνακας 19

		Frequency	Percent
Valid	NAI	32	59,3
	OXI	22	40,7
	Total	54	100,0

Διάγραμμα 18



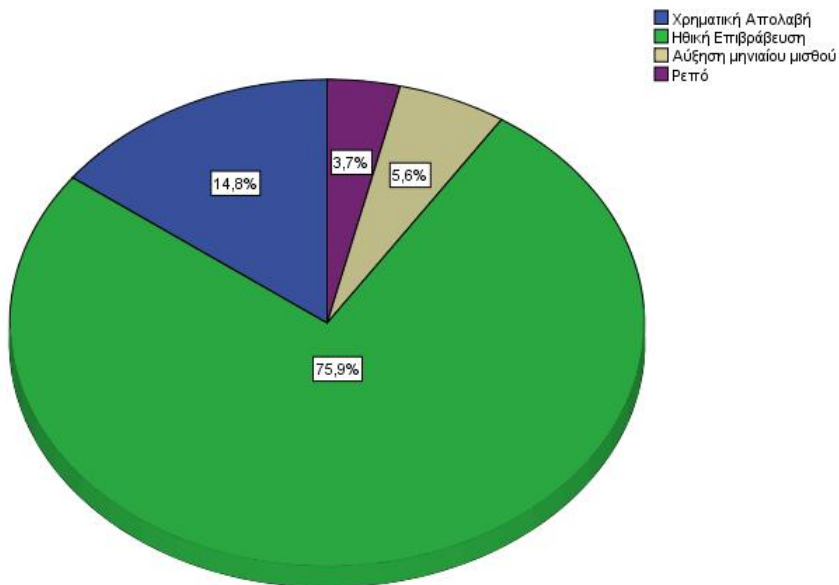
Το υψηλότερο ποσοστό παρατηρείται στην απάντηση ΝΑΙ και ανέρχεται στο 59,3% και 32 απαντήσεις, ενώ η επιλογή ΟΧΙ συγκέντρωσε 22 απαντήσεις και ποσοστό 40,7%.

Αν ΝΑΙ ποίο είναι αυτό;

Πίνακας 20

	Frequency	Percent
Χρηματική Απολαβή	8	14,8
Ηθική Επιβράβευση	41	75,9
Valid Αύξηση μηνιαίου μισθού	3	5,6
Ρεπό	2	3,7
Total	54	100,0

Διάγραμμα 19



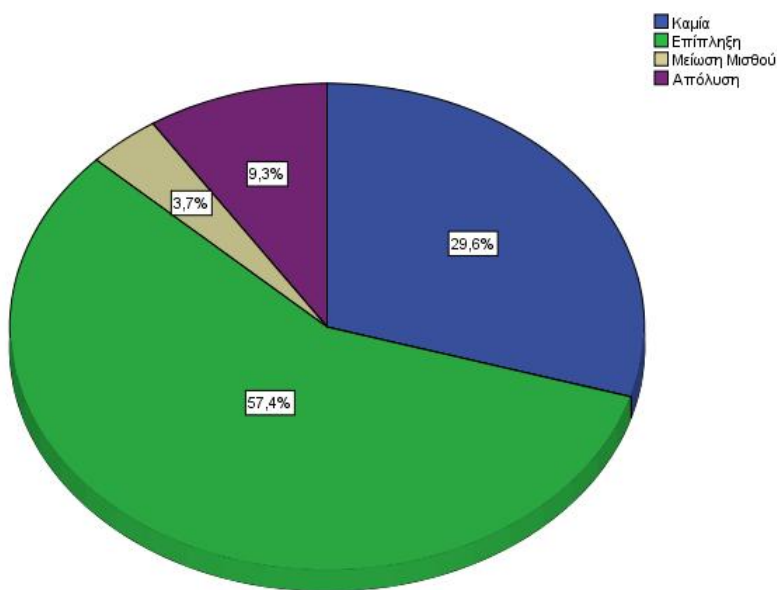
Η επιβράβευση που επιλέγουν οι εργοδότες να προσφέρουν στο προσωπικό εφόσον η αξιολόγησή τους έχει ένα θετικό αποτέλεσμα είναι σε μεγάλο ποσοστό (75,9%) η Ηθική Επιβράβευση. Υπάρχουν, όμως, και επιχειρήσεις οι οποίες στηρίζουν το εργατικό δυναμικό τους με την Χρηματικές Απολαβές (14,8%), με Αύξηση του μηνιαίου μισθού (5,6%) ακόμη και με Ρεπό(3,7%).

Ερώτηση 18: Σε περίπτωση αρνητικής αξιολόγησης ποιές είναι οι κυρώσεις που επιβάλλονται;

Πίνακας 21

	Frequency	Percent
Καμία	16	29,6
Επίπληξη	31	57,4
Valid Μείωση Μισθού	2	3,7
Απόλυση	5	9,3
Total	54	100,0

Διάγραμμα 20



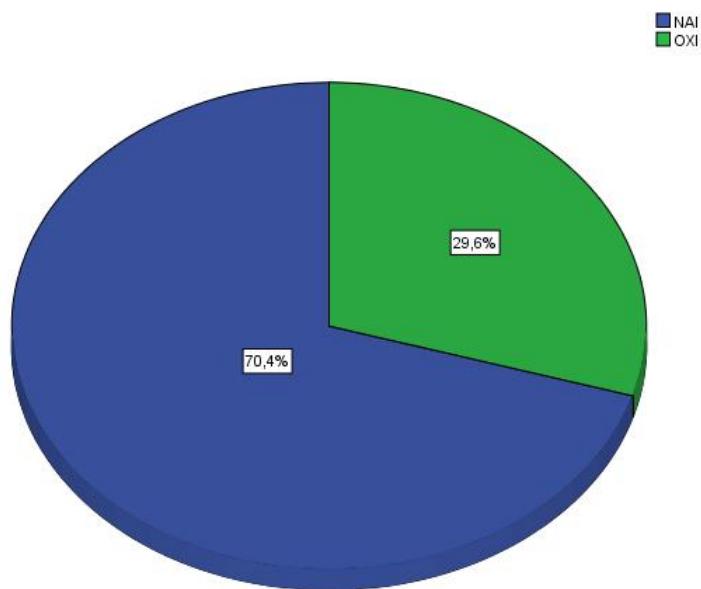
Από την άλλη στην περίπτωση της αρνητικής αξιολόγησης, οι διαδικασίες που ακολουθούνται είναι η Επίπληξη με 57,4% , ακολουθεί η κατηγορία Καμία με 29,6%, στην συνέχεια η Απόλυση με 9,3% και τέλος η Μείωση Μισθού με 3,7%.

Ερώτηση 19: Πιστεύετε ότι υπάρχει αντικειμενικότητα στην αξιολόγηση των εργαζομένων;

Πίνακας 22

		Frequency	Percent
Valid	ΝΑΙ	38	70,4
	ΟΧΙ	16	29,6
	Total	54	100,0

Διάγραμμα 21



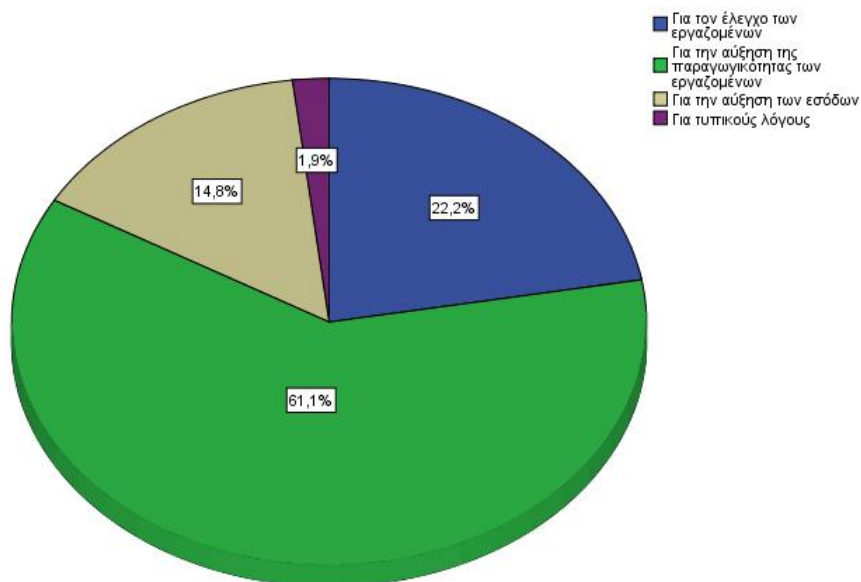
Η πληθώρα των απαντήσεων συγκεντρώνεται στο ΝΑΙ το οποίο εκφράζεται και με το ποσοστό 70,4% και 38 απαντήσεις και το ΌΧΙ κατέχει την δεύτερη θέση με 16 απαντήσεις και ποσοστό 29,6%.

Ερώτηση 20: Για ποίο λόγο πιστεύετε ότι γίνεται αξιολόγηση των εργαζομένων;

Πίνακας 23

	Frequency	Percent
Valid		
Για τον έλεγχο των εργαζομένων	12	22,2
Για την αύξηση της παραγωγικότητας των εργαζομένων	33	61,1
Για την αύξηση των εσόδων	8	14,8
Για τυπικούς λόγους	1	1,9
Total	54	100,0

Διάγραμμα 22



Στην ερώτηση για τον λόγο που γίνεται η αξιολόγηση των εργαζομένων ως ακολούθως:

- 61,1% με 33 απαντήσεις για την Αύξηση της παραγωγικότητας των εργαζομένων
- 22,2% με 12 απαντήσεις για τον Έλεγχο των εργαζομένων
- 14,8% με 8 απαντήσεις για την Αύξηση των εσόδων

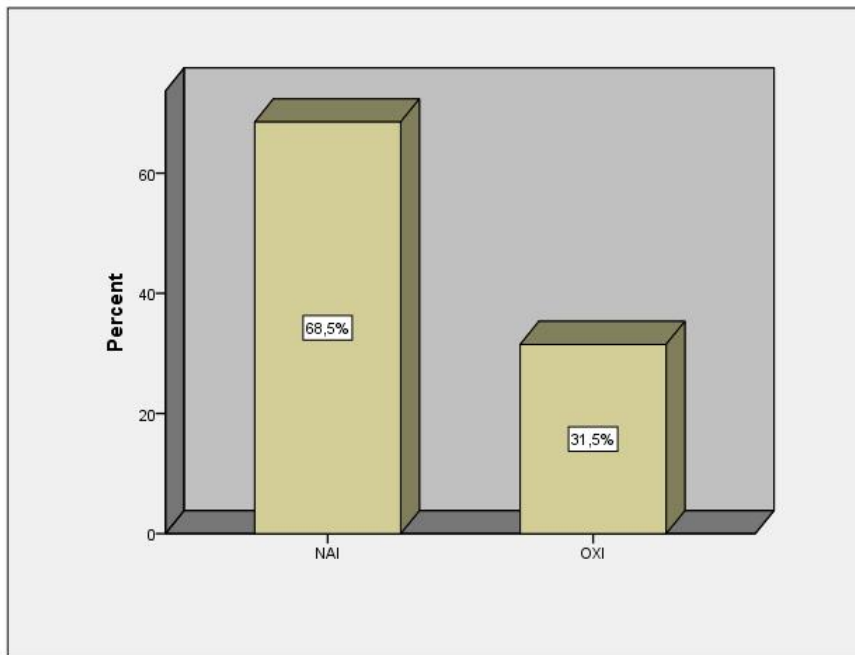
Ενώ στην επιλογή Άλλο καταγράφηκε μία απάντηση που αναλογεί στο 1,9% , « Για τυπικούς λόγους».

Ερώτηση 21: Δίνεται η ευκαιρία για την εκπαίδευση του προσωπικού;

Πίνακας 24

		Frequency	Percent
Valid	NAI	37	68,5
	OXI	17	31,5
	Total	54	100,0

Διάγραμμα 23



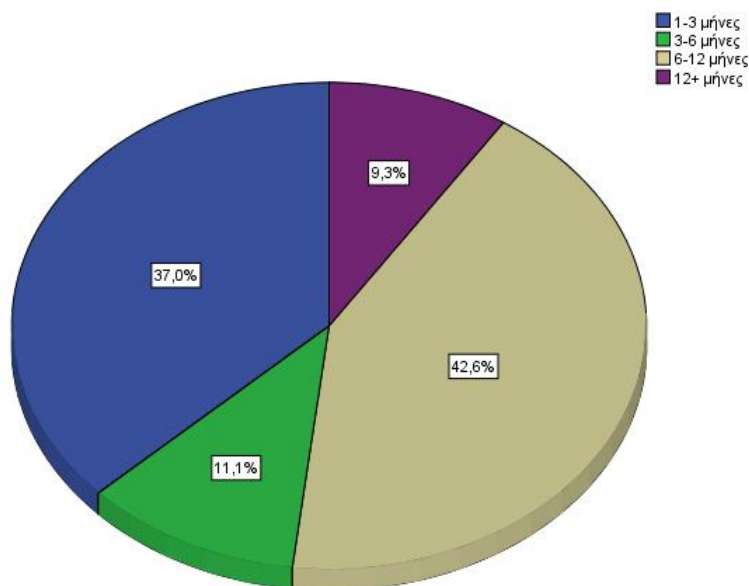
Με ποσοστό 68,5% και 37 απαντήσεις, η επιλογή ΝΑΙ έρχεται πρώτη σε σχέση με την επιλογή ΌΧΙ με ποσοστό 31,5% και 17 απαντήσεις, στην ερώτηση για το εάν πραγματοποιείται κάποια εκπαίδευση σε νέους και παλαιότερους εργαζομένους των ξενοδοχειακών μονάδων.

Αν ΝΑΙ κάθε πότε πραγματοποιούνται οι αντίστοιχες δράσεις;

Πίνακας 25

	Frequency	Percent
Valid 1-3 μήνες	20	37,0
3-6 μήνες	6	11,1
6-12 μήνες	23	42,6
12+ μήνες	5	9,3
Total	54	100,0

Διάγραμμα 24



Η συχνότητα με την οποία πραγματοποιούνται οι αντίστοιχες δράσεις για την εκπαίδευση του προσωπικού τοποθετούνται χρονικά βάση των απαντήσεων ως εξής : διαμορφώθηκαν ως :

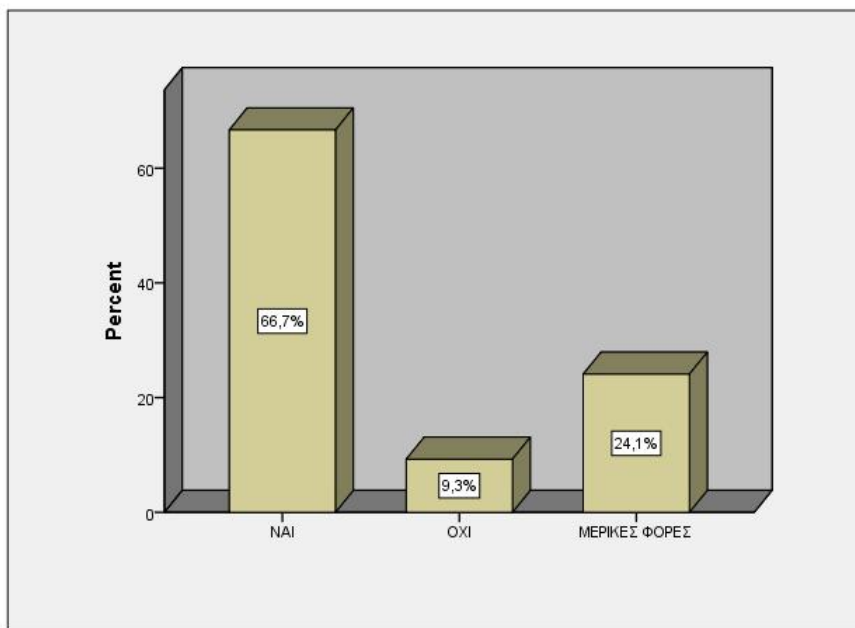
- 42,6% με 23 απαντήσεις για την κατηγορία 6-12 μήνες
- 37,0% με 20 απαντήσεις για την κατηγορία 1-3 μήνες
- 11,1% με 6 απαντήσεις για την κατηγορία 3-6 μήνες
- 9,3% με 5 απαντήσεις για την κατηγορία 12+ μήνες

Ερώτηση 22: Ο προϊστάμενός σας είναι διαθέσιμος να συζητήσει με το προσωπικό για τυχόν ζητήματα;

Πίνακας 26

		Frequency	Percent
Valid	ΝΑΙ	36	66,7
	ΟΧΙ	5	9,3
	ΜΕΡΙΚΕΣ ΦΟΡΕΣ	13	24,1
	Total	54	100,0

Διάγραμμα 25



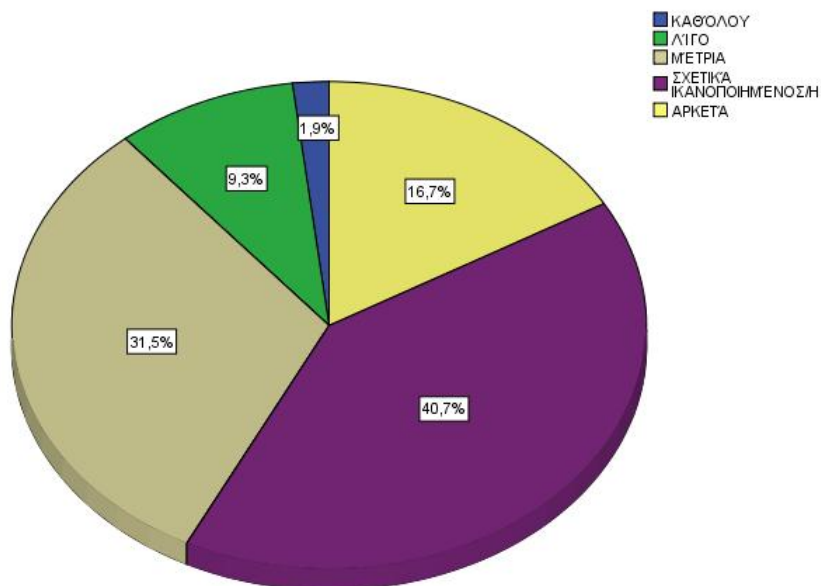
Εύκολα γίνεται αντιληπτό πως η απάντηση ΝΑΙ συγκέντρωσε το ποσοστό της τάξης του 66,7% με 36 απαντήσεις, ενώ η απάντηση ΜΕΡΙΚΕΣ ΦΟΡΕΣ συγκέντρωσε ποσοστό 24,1% με 13 συνολικά απαντήσεις και η απάντηση ΟΧΙ κατέχει το ποσοστό 9,3% και 5 απαντήσεις.

Ερώτηση 23: Πόσο ικανοποιημένος/η είστε από τις σχέσεις σας με τους συναδέλφους σας;

Πίνακας 27

	Frequency	Percent
ΚΑΘΟΛΟΥ	1	1,9
ΛΙΓΟ	5	9,3
ΜΕΤΡΙΑ	17	31,5
ΣΧΕΤΙΚΑ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΜΕΝΟΣ/Η	22	40,7
ΑΡΚΕΤΑ	9	16,7
Total	54	100,0

Διάγραμμα 26



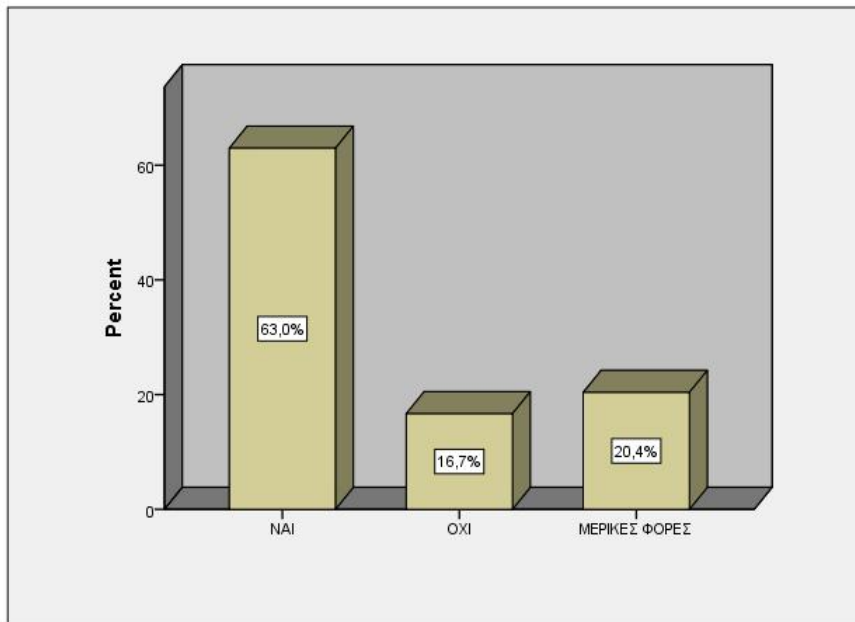
Στην ερώτηση για τον βαθμό ικανοποίησης των εργαζομένων σχετικά με τις σχέσεις τους με τους άλλους συναδέλφους η πλειοψηφία δήλωσε Σχετικά Ικανοποιημένος/η με ποσοστό 40,7% και 22 απαντήσεις. Αμέσως μετά έρχονται οι Μέτρια με 31,5% και 17 απαντήσεις, στην συνέχεια οι Αρκετά με ποσοστό 16,7% και 9 απαντήσεις, οι Λίγο με ποσοστό 9,3% και 5 απαντήσεις και τέλος οι Καθόλου με 1,9% και 1 απάντηση.

Ερώτηση 24: Επηρεάζει την αποδοτικότητά σας στην εργασία σας ,οι σχέσεις που έχετε με τους συναδέλφους σας;

Πίνακας 28

	Frequency	Percent
Valid		
ΝΑΙ	34	63,0
ΟΧΙ	9	16,7
ΜΕΡΙΚΕΣ ΦΟΡΕΣ	11	20,4
Total	54	100,0

Διάγραμμα 27



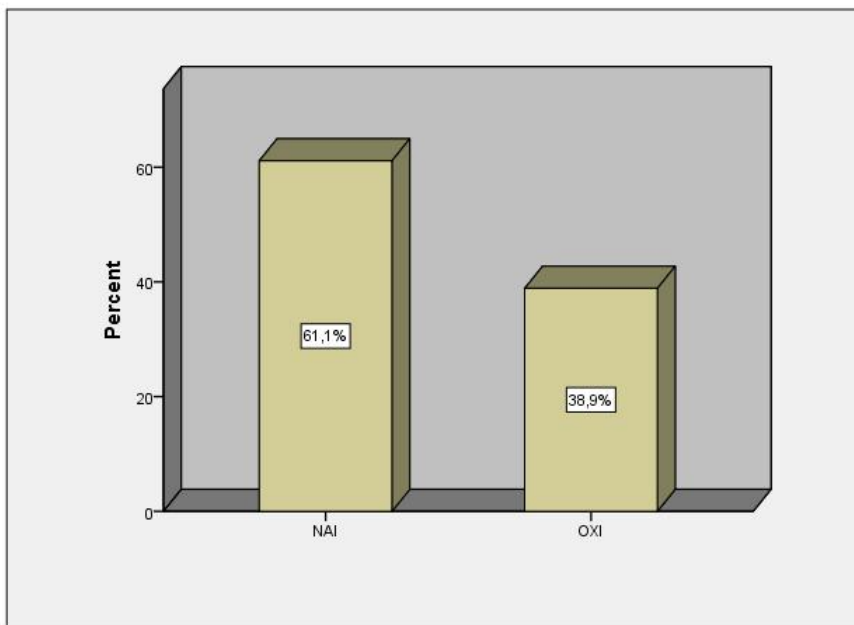
Το μεγαλύτερο μέρος (63,0% και 34 απαντήσεις) του δείγματος συμφώνησε πως οι σχέσεις που έχει με τους συναδέλφους επηρεάζει την αποδοτικότητά τους κατά την εργασία τους. Το 20,4% και με 11 απαντήσεις δήλωσε πως αυτό συμβαίνει ΜΑΡΙΚΕΣ ΦΟΡΕΣ ενώ το 16,7% και 9 απαντήσεις τόνισε πως ΟΧΙ δεν υφίσταται κάποιο τέτοιο γεγονός.

Ερώτηση 25: Η διεύθυνση του ξενοδοχείου είναι πρόθυμη να συζητήσει κάποιες προτάσεις σας;

Πίνακας 29

		Frequency	Percent
Valid	NAI	33	61,1
	OXI	21	38,9
	Total	54	100,0

Διάγραμμα 28



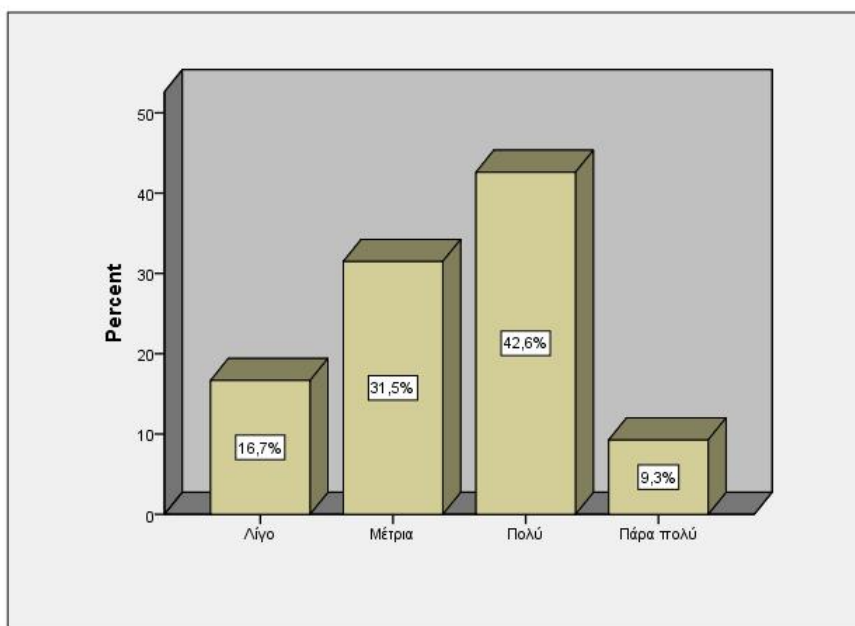
Οι 33 από τους συμμετέχοντες στην έρευνα δήλωσαν ΝΑΙ στην ερώτηση για το εάν η διεύθυνση του ξενοδοχείου είναι πρόθυμη να συζητήσει κάποιες προτάσεις των εργαζομένων και το ποσοστό που μετρήθηκε ανέρχεται στο 61,1%. Το 38,9% με 21 απαντήσεις δήλωσε ΟΧΙ.

Ερώτηση 26: Σε γενικές γραμμές πόσο ικανοποιημένος/η είστε από την εργασία σας στο συγκεκριμένο ξενοδοχείο;

Πίνακας 30

	Frequency	Percent
Λίγο	9	16,7
Μέτρια	17	31,5
Valid Πολύ	23	42,6
Πάρα πολύ	5	9,3
Total	54	100,0

Διάγραμμα 29



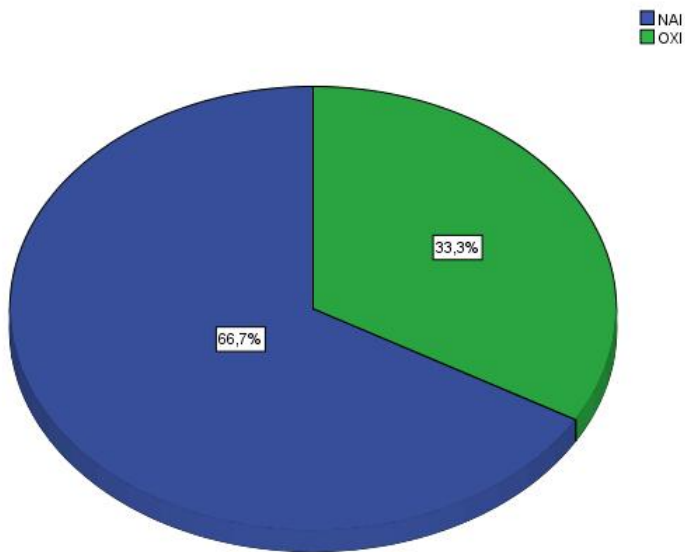
Στην ερώτηση για τον βαθμό ικανοποίησης των εργαζομένων σχετικά με την γενικότερη εργασία – προσφορά τους στο ξενοδοχείο το οποίο η πλειοψηφία δήλωσε Πολύ με ποσοστό 42,6% και 23 απαντήσεις. Αμέσως μετά έρχονται οι Μέτρια με 31,5% και 17 απαντήσεις, στην συνέχεια οι Λίγο με ποσοστό 16,7% και 9 απαντήσεις, οι Πάρα Πολύ με ποσοστό 9,3% και 5 απαντήσεις.

Ερώτηση 27: Θα προτείνατε το συγκεκριμένο ξενοδοχείο και σε κάποιον γνωστό σας για να εργασθεί;

Πίνακας 31

		Frequency	Percent
Valid	NAI	36	66,7
	OXI	18	33,3

Διάγραμμα 30



Στην ερώτηση για το εάν θα πρότειναν το συγκεκριμένο ξενοδοχείο και σε κάποιον γνωστό τους για να εργασθεί το μεγαλύτερο μέρος με ποσοστό 66,7% και 36 απαντήσεις δήλωσε ΝΑΙ ενώ το 33,3% με 18 απαντήσεις ψήφισε ΟΧΙ.

Συμπεράσματα

Παρατηρώντας λεπτομερώς και μελετώντας τα στοιχεία που προέκυψαν από την έρευνα που ήρθε εις πέρας, εύκολα οδηγούμαστε σε ορισμένα συμπεράσματα. Συμπεράσματα τα οποία οδηγούν την έρευνα στο τελικό της στάδιο και ικανοποιούν τον αρχικό σκοπό αυτής, που δεν είναι άλλος από την μέτρηση της ικανοποίησης που λαμβάνουν οι εργαζόμενοι στον γενικότερο τομέα του τουρισμού και ειδικότερα στις μεγάλες ξενοδοχειακές μονάδες. Αρχικά, και ακόμη από τις πρώτες ερωτήσεις, που δεν είναι άλλες από τα δημογραφικά στοιχεία (π.χ. φύλο, ηλικία, κ.α.) εντοπίζουμε ένα σημαντικό σημείο που αξίζει αναφοράς. Το μεγαλύτερο ποσοστό του δείγματος είναι εργαζόμενοι νεαρής ηλικίας, οι οποίοι μάλιστα όπως είναι φυσιολογικό δεν διαθέτουν και την ανάλογη προϋπηρεσία. Γεγονός που οδηγεί στην σκέψη πως τα ξενοδοχεία στρέφονται σε αυτή την πληθυσμιακή ομάδα λόγω του ότι κοστίζει λιγότερο από οικονομικής άποψης.

Παρ' όλα αυτά, όμως, τα άτομα αυτά δείχνουν να έχουν ανώτερες γνώσεις λόγω της φοίτησής τους στην τριτοβάθμια εκπαίδευση (Ι.ΙΕΚ – Δ.ΙΕΚ, ΑΕΙ – ΤΕΙ). Αναφερόμαστε, δηλαδή, σε καλλιεργημένους και με υψηλό μορφωτικό επίπεδο ανθρώπους. Ένα άλλο σημείο στο οποίο χρειάζεται να σταθούμε είναι πως οι εργαζόμενοι εκφράζουν ότι δεν παραμένουν στον ίδιο χώρο εργασίας για μεγάλο χρονικό διάστημα ανεξάρτητα από τα χρόνια προϋπηρεσίας ή την ηλικία. Αυτή η συνθήκη μπορεί να δικαιολογηθεί εν μέρη από το γεγονός ότι το συγκεκριμένο επάγγελμα σε ένα μεγάλο μέρος του χαρακτηρίζεται ως εποχιακό. Χωρίς βέβαια να αποτελεί και την μοναδική εξήγηση.

Κατά την διαδικασία επεξεργασίας των δεδομένων που προέκυψαν από την συμπλήρωση και την συλλογή των ερωτηματολογίων, έγινε αντιληπτή η γνώμη που εκφράζουν οι εργαζόμενοι σχετικά με το είδος της επιβράβευσης που λαμβάνουν όταν η αξιολόγησή τους είναι θετική. Ενώ κάποιοι από τους ερωτηθέντες απάντησαν αρνητικά στην ερώτηση για το εάν λαμβάνουν κάποια επιβράβευση όταν η αξιολόγησή τους είναι θετική, τα ίδια άτομα απάντησαν πως λαμβάνουν «Ηθική Επιβράβευση». Παρατήρηση η οποία μας οδηγεί στο συμπέρασμα πως ένα σημαντικό ποσοστό του δείγματος δεν θεωρεί την ηθική επιβράβευση σαν έναν ουσιαστικό έπαινο για την εργασία που προσφέρει.

Επιπλέον, συναντάται και μία αντίθεση μεταξύ των απαντήσεων που δόθηκαν στην συνέχεια. Ενώ, σχεδόν ολόκληρο το δείγμα συμφωνεί με τον τρόπο που διεξάγεται η αξιολόγηση, τονίζει χαρακτηριστικά πως παράλληλα δεν θεωρεί την όλη διαδικασία άκρως αντικειμενική. Βέβαια, η πιο σημαντική, εάν μπορούμε να την χαρακτηρίσουμε αντίθεση, έρχεται λίγο πιο κάτω. Όταν το 85,2% απάντησε πως πραγματοποιείται αξιολόγηση των εργαζομένων στην επιχείρηση, το ποσοστό που υποστήριξε πως επίσης πραγματοποιείται και η αντίστοιχη εκπαίδευση, κυμαίνεται στο 68,5%. Γεγονός που φανερώνει πως τα ξενοδοχεία δεν παρέχουν σε μεγάλο βαθμό την εκπαίδευση που απαιτούν από το εργατικό δυναμικό τους να κατέχει, εφόσον είναι υποχρεωμένοι να περάσουν από την διαδικασία της αξιολόγησης.

Κλείνοντας, δεν αφέθηκε απλά να εννοηθεί το γεγονός ότι οι σχέσεις των συναδέλφων μεταξύ τους επηρεάζουν και την απόδοσή τους κατά την εργασία. Εύκολα έγινε αντιληπτό πως οι εργασιακές σχέσεις μπορούν να ωθήσουν τον εργαζόμενο είτε προς την αύξηση είτε προς την μείωση της παραγωγικότητάς του. Και εν κατακλείδι, μπορεί το ποσοστό που δήλωσε πως θα πρότεινε το συγκεκριμένο ξενοδοχείο (δηλαδή το ξενοδοχείο στο οποίο εργάζεται την δεδομένη χρονική στιγμή) και σε κάποιον τρίτο για να εργαστεί να είναι αρκετά υψηλό της τάξης του 66,7%, όμως αρκετά υψηλό είναι και το ποσοστό εκείνων που απάντησαν το αντίθετο (33,3%).

Προτάσεις

Μέσα από την μελέτη που πραγματοποιήθηκε καθώς και από τα αποτελέσματα και τα συμπεράσματα τα οποία εξήχθησαν, θα μπορούσαν να συγκεντρωθούν κάποια προτεινόμενα θέματα τα οποία θα βοηθήσουν στην αύξηση της ικανοποίησης των εργαζομένων στις

ξενοδοχειακές μονάδες. Οι συγκεκριμένες προτάσεις μπορούν να αποτελέσουν κίνητρο όχι μόνο για όσους συμμετέχουν στην έρευνα αλλά και για το γενικότερο σύνολο των μεγάλων ξενοδοχείων και όχι μόνο. Οι προτάσεις αυτές βασίζονται κυρίως στα αποτελέσματα και τα συμπεράσματα που καταγράφηκαν αλλά και εν μέρει σε προσωπική εμπειρία.

Αρχικά, η επιλογή των ξενοδοχείων να απασχολούν άτομα νεαρής ηλικίας και με πολύ μικρή προϋπηρεσία δεν αποτελεί από μόνη της ένα αρνητικό στοιχείο. Αυτό σημαίνει πως η επιχείρηση ενδιαφέρεται να εντάξει στο δυναμικό της ανθρώπους, οι οποίοι θα φέρουν ανανέωση και νέες ιδέες. Όμως, δεν θα πρέπει να στηρίζεται αποκλειστικά και μόνο σε αυτά τα άτομα διότι, όπως προαναφέρθηκε, δεν κατέχουν την ανάλογη εμπειρία που απαιτείται. Η 'χρυσή τομή' θα μπορούσαμε να πούμε πως βρίσκεται κάπου στην μέση. Ο νεότερος εργαζόμενος μπορεί να διαθέτει την όρεξη για εργασία αλλά ο πιο έμπειρος είναι εκείνος που θα μπορέσει να τον βοηθήσει ώστε να μάθει τις μεθόδους και τις τεχνικές, που θα έχει ως αποτέλεσμα να γίνει πιο αποτελεσματικός.

Για την συνέχεια, μία ακόμη λεπτομέρεια, που θα βοηθήσει την επιχείρηση όχι μόνο να επιτύχει υψηλό ποσοστό ικανοποίησης των εργαζομένων της αλλά και να καταφέρει να γίνει λίγο πιο ανταγωνιστική έναντι των άλλων ξενοδοχείων, είναι οι ευκαιρίες εξέλιξης που μπορεί να προσφέρει. Όταν ο εργαζόμενος γνωρίζει πως εάν δουλέψει σκληρά και παραμείνει πιστός απέναντι στο ξενοδοχείο και όλη του η προσπάθεια θα ανταμειβεται σε βάθος χρόνου, τότε θα έχουμε κάνει ένα μεγάλο βήμα όσον αφορά την ποιότητα του εργατικού δυναμικού που προσφέρει εργασία στο ξενοδοχείο.

Επιπλέον, σημαντικό κομμάτι στην ικανοποίηση των εργαζομένων αποτελούν και οι παροχές που προσφέρονται σε αυτούς. Πρώτη και πιο ουσιαστική παροχή μπορεί να αποτελέσει η εκπαίδευση των εργαζομένων. Ακόμη και όταν το προσωπικό αποτελείται από έμπειρους εργαζομένους, δεν σημαίνει απαραίτητα και την απουσία της εκπαίδευσης. Κάθε επιχείρηση λειτουργεί με τα δικά της μέτρα και σταθμά τα οποία μέσα στο χρόνο μεταβάλλονται και εξελίσσονται. Επομένως, το ξενοδοχείο έχει την υποχρέωση να ενημερώσει τους εργαζομένους για τις νέες απαιτήσεις. Με αυτόν τον τρόπο και οι δύο πλευρές θα βαδίζουν προς τον στόχο και με κοινά δεδομένα. Βέβαια, εκτός από την εκπαίδευση στις παροχές αυτές συγκαταλέγονται και τα bonus, η διάκριση ως υπάλληλος του μήνα, οι άδειες εγκυμοσύνης, κ.α., που μπορούν να δώσουν ώθηση και κίνητρο για την προσπάθεια και την βελτίωση.

Ένα ακόμη χαρακτηριστικό που στέκεται σύμμαχος των ξενοδοχείων για την εργασιακή ικανοποίηση είναι το γεγονός ότι η επιχείρηση βρίσκεται κοντά στον εργαζόμενο και τις ανάγκες του. Με άλλα λόγια, δίνει την δυνατότητα για ευέλικτο ωράριο, παρέχει αναρρωτικές άδειες σε όσους το έχουν ανάγκη ή ακόμη και κάποιες επιπλέον μέρες ξεκούρασης μέσα στην εβδομάδα. Με αυτό τον τρόπο ξεκουράζει και σωματικά και ψυχικά τους εργαζομένους και κατά συνέπεια τους ωθεί να γίνουν πιο παραγωγικοί. Ο προϊστάμενος επίσης του εκάστοτε τμήματος θα μπορούσε να έχει μία ενεργή συμμετοχή στις διαπροσωπικές σχέσεις με τους υφισταμένους του, αλλά βέβαια χωρίς αυτό να σημαίνει πως ο ρόλος του δεν είναι ξεκάθαρος και διακριτός.

Βέβαια, όσο και αν εφαρμόζονται σωστά όλα τα παραπάνω, οι διαπροσωπικές σχέσεις των εργαζομένων μεταξύ τους θα αποτελούν πάντα ένα σημαντικό στοιχείο για την εργασιακή ικανοποίηση. Η συγκρότηση μίας ομάδας, η οποία μπορεί να είναι απλά αποτελεσματική κατά την ώρα της εργασίας, δεν πρέπει να αποτελεί μοναδικό στόχο. Η ομάδα που απαρτίζει το κάθε τμήμα πρέπει να αποτελείται από άτομα που νοιάζονται όχι μόνο να γίνουν οι εργασίες αλλά και με τον σωστό τρόπο. Παραδείγματος χάριν, μία καμαριέρα η οποία νοιάζεται για τους συναδέλφους της, την δεδομένη στιγμή θα βοηθήσει την κατάσταση που μπορεί να έχει δημιουργηθεί. Και για το τέλος, καλό είναι οι επιχειρήσεις να αποδίδουν έναν ξεκάθαρο ρόλο και συγκεκριμένες αρμοδιότητες στους εργαζομένους εάν επιθυμούν να πραγματοποιήσουν βήματα προόδου.

Εν κατακλείδι, δεν πρέπει να ξεχνάμε μία σημαντική ισότητα η οποία οδηγεί πολλές φορές στην πρόοδο και την εξέλιξη. Αυτή δεν είναι άλλη από την παρακάτω :

Ικανοποιημένοι Εργαζόμενοι = Ευχαριστημένοι Πελάτες !

Βιβλιογραφία

- Ø Babbie, E., 2007. *The Social*. 13rd επιμ. s.l.:Chapman University.
- Ø George E. Belch, Michael A. Belch, n.d. *Διαφήμιση και Προώθηση*. 8th επιμ. Αθήνα: Τζιολά.
- Ø Leonard J. Lickorish, Carson L. Jenkins, 2004. *Μία εισαγωγή στον τουρισμό*. 1st επιμ. Αθήνα: Εκδόσεις Κριτική.
- Ø Stephen P. Robbins, David A. Decenzo, Mary Coulter, 2012. *Διοίκηση Επιχειρήσεων*. 1st επιμ. Αθήνα: Κριτική.
- Ø Ανδριώτης, Κ., 2005. *Τουριστική Ανάπτυξη & Σχεδιασμός*. Αθήνα: Εκδόσεις ΑΘ. ΣΤΑΜΟΥΛΗΣ.
- Ø Θεωχάρης, Ν., 2012. *Front Office Management*. 2nd επιμ. Αθήνα: Εκδόσεις Προπομπός.
- Ø Κατσώνη, Β. Κ., 2006. *Συστήματα Ηλεκτρονικών Κρατήσεων στον Τουρισμό Απο τα CRSs στα GDSs*. Αθήνα: Interbooks.
- Ø Κώστας Τερζίδης, Κώστας Τζωρτζάκης, 2004. *Διοίκηση Ανθρωπίνων Πόρων, Διοίκηση Προσωπικού*. 1st επιμ. Αθήνα: Rosili.
- Ø Χαλικιάς, Ι., 2010. *Στατιστική, Μέθοδοι Ανάλυσης για Επιχειρηματικές Αποφάσεις*. 3rd επιμ. Αθήνα: Rosili.

Ηλεκτρονική Βιβλιογραφία

- Ø Eurostat, 2015. *Eurostat Statistics Explained*. [Online]
Available at: [http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Glossary:Statistical_classification_of_economic_activities_in_the_European_Community_\(NACE\)/el](http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Glossary:Statistical_classification_of_economic_activities_in_the_European_Community_(NACE)/el)
[Accessed 6 Νοέμβριος 2017].
- Ø <https://el.softonic.com/>, n.d. <https://el.softonic.com/>. [Online]
Available at: <https://spss.el.softonic.com/>
[Accessed 10 Απριλίου 2018].
- Ø Jin-Soo Lee, Ki-Joon Back, Eric S.W. Chan, 2014. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. [Online]
Available at: <http://www.emeraldinsight.com/0959-6119.htm>
[Accessed 25 Οκτώβριος 2017].
- Ø Kefalonia, P., 2017. *Kefalonia Press*. [Online]
Available at: <http://www.kefaloniapress.gr/2017/06/02/10-%CE%BB%CE%AD%CE%BE%CE%B5%CE%B9%CF%82-%CE%B3%CE%B9%CE%B1-%CF%84%CE%BF%CE%BD-%CF%84%CE%BF%CF%85%CF%81%CE%B9%CF%83%CE%BC%CF%8C-%CF%80%CE%BF%CF%85->

[%CE%BF%CF%80%CF%89%CF%83%CE%B4%CE%AE%CF%80%CE%BF%CF%84/](#)
[Accessed 6 Νοέμβριος 2017].

- Ø Yeh, C. M., 2013. *SciVerse ScienceDirect*. [Online]
Available at: <http://dx.doi.org/10.1016/j.annals.2013.02.002>
[Accessed 25 Οκτώβριος 2017].
- Ø Εφημερίδα της κυβέρνησης, 2015. *Εφημερίδα της κυβέρνησης*. [Online]
Available at:
https://cert.grhotels.gr/Content/docs/%CE%A6%CE%95%CE%9A_10%CE%92_2015%20.pdf
[Accessed 24 Νοέμβριος 2017].
- Ø ΙΝΣΕΤΕ, 2018. <http://www.insete.gr>. [Ηλεκτρονικό]
Available at: http://www.insete.gr/Portals/0/meletes-INSETE/01/2018_Apasxolhsh_Tourismos_2008-2017.pdf
[Πρόσβαση 11 Ιούνιος 2018].
- Ø Λαλούμης, Δ., 2015. *Ελληνικά Ακαδημαϊκά Ηλεκτρονικά Συγκράμματα και Βοηθήματα*, www.kallipos.gr. [Online]
Available at: <https://repository.kallipos.gr/handle/11419/5284>
[Accessed 15 Δεκέμβριος 2017].
- Ø Μιλτιάδης Χαλικιάς, Αλεξάνδρα Μανωλέσου, Παναγιώτα Λάλου, 2015. *Ελληνικά Ακαδημαϊκά Ηλεκτρονικά Συγκράμματα και Βοηθήματα*, www.kallipos.gr. [Online]
Available at:
https://repository.kallipos.gr/pdfviewer/web/viewer.html?file=/bitstream/11419/5075/1/00_master_document_with-cover.pdf
[Accessed 7 Μαρτίου 2018].
- Ø Υπουργείο Τουρισμού, 2017. *Πύλη τουριστικής Νομοθεσίας*. [Ηλεκτρονικό]
Available at:
<https://law.mintour.gov.gr/portal/resource?resource=http%3A%2F%2Flaw.mintour.gov.gr%2Fresources%2Fd11b4bdca7d66e2bcb44d6ebfaadc6ef13decd04>
[Πρόσβαση 23 Νοέμβριος 2017].
- Ø Υπουργείο Τουρισμού, 2017. *Πύλη Τουριστικής Νομοθεσίας*. [Ηλεκτρονικό]
Available at:
<https://law.mintour.gov.gr/resources/d11b4bdca7d66e2bcb44d6ebfaadc6ef13decd04>
[Πρόσβαση 23 Νοέμβριος 2017].
- Ø Υπουργείο Τουρισμού, 2017. *Υπουργείο Τουρισμού*. [Ηλεκτρονικό]
Available at:
<http://www.mintour.gov.gr/Ministry/SupervisedOrganisations/KsenodoxeiakoEpimelitirioElladas>
[Πρόσβαση 11 Δεκέμβριος 2017].
- Ø Φαχιρίδης, Γ., 2014. <http://techno.edu.gr>. [Online]
Available at: <http://techno.edu.gr/i-istoria-tou-spss/>
[Accessed 10 Απριλίου 2018].

Παράρτημα

Ερωτηματολόγιο

Δημογραφικά Στοιχεία

Φύλο

Γυναίκα

Άνδρας

Ηλικία

18-22

23-27

28-32

33-37

38-41

42-46

47-50

50+

Εκπαίδευση

Πρωτοβάθμια εκπαίδευση (Δημοτικό)

Δευτεροβάθμια εκπαίδευση (Γυμνάσιο, Λύκειο)

Τριτοβάθμια εκπαίδευση (Ι.ΙΕΚ-Δ.ΙΕΚ, ΤΕΙ-ΑΕΙ)

Μεταπτυχιακό

Διδακτορικό

Κατηγορία Ξενοδοχείου

4*

5*

Τμήμα Απασχόλησης

Υποδοχή- Reception

Οροφοκομία- Housekeeping

Εστιατόρια- Bar

Κουζίνα

Άλλο

Πόσο καιρό εργάζεσθε για την συγκεκριμένη επιχείρηση;

0-1 έτη

1-3 έτη

3-5 έτη

5+ έτη

Προϋπηρεσία (σε ξενοδοχείο)

0-1 έτη

2-3 έτη

4-6 έτη

7-10 έτη

10+ έτη

Ερωτήσεις

Ερώτηση 8: Πόσες ώρες εργάζεσθε ημερησίως;

1

2

3

4

5

6

7

8

9

10

Ερώτηση 9: Πόσα χρήματα λαμβάνετε μηνιαίως;

Βασικός Μισθός

500€-700€

700€-1.000€

1.000€-1.500€

1.500€+

Ερώτηση 10: Σε περίπτωση υπερωρίας λαμβάνετε κάποια οικονομική

ανταμοιβή;

ΝΑΙ ΟΧΙ

Ερώτηση 11: Πόσο ικανοποιημένος/η είστε από τις απολαβές σας σχετικά με τις ώρες εργασίας;

ΚΑΘΟΛΟΥ ΛΙΓΟ ΜΕΤΡΙΑ ΣΧΕΤΙΚΑ
ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΜΕΝΟΣ/Η ΑΡΚΕΤΑ

Ερώτηση 12: Το τμήμα Ανθρώπινου Δυναμικού (Human Recourses, HR) είναι πρόθυμο να συζητήσει τυχόν ζητήματα;

ΝΑΙ ΟΧΙ ΜΕΡΙΚΕΣ ΦΟΡΕΣ

Ερώτηση 13: Γίνεται αξιολόγηση του προσωπικού στην επιχείρηση;

ΝΑΙ ΟΧΙ ΔΕΝ ΞΕΡΩ

Εάν **ΝΑΙ** από ποιόν πραγματοποιείται;

Γενικός Διευθυντής Διευθυντής Προσωπικού (HR) Προϊστάμενος (εκάστοτε τμήματος)
Πελάτες Συναδέλφους Αυτοαξιολόγηση

Ερώτηση 14: Κάθε πότε γίνεται η αξιολόγηση;

1 μήνα 3 μήνες 6 μήνες 12 μήνες Άλλο.....

Ερώτηση 15: Συμφωνείτε με τον τρόπο αξιολόγησης;

ΝΑΙ ΟΧΙ

Εάν **ΟΧΙ** γιατί;

.....
.....

Ερώτηση 16: Με ποιόν τρόπο πληροφορήστε για τα αποτελέσματα της αξιολόγησής σας;

Ενημέρωση κατά άτομο Γραπτή Αναφορά Δεν τα γνωρίζω
Άλλο.....

Ερώτηση 17: Σε περίπτωση θετικής αξιολόγησης υπάρχει κάποιο είδος επιβράβευσης;

ΝΑΙ ΟΧΙ

Αν **ΝΑΙ** ποίο είναι αυτό;

Χρηματική Απολαβή Ηθική Επιβράβευση Αύξηση μηνιαίου μισθού
Ρεπό Άλλο.....

Ερώτηση 18: Σε περίπτωση αρνητικής αξιολόγησης ποιές είναι οι κυρώσεις που επιβάλλονται;

Καμία Επίπληξη Μείωση Μισθού Μετακίνηση σε άλλο
τμήμα Απόλυση Άλλο.....

Ερώτηση 19: Πιστεύετε ότι υπάρχει αντικειμενικότητα στην αξιολόγηση των εργαζομένων;

ΝΑΙ ΟΧΙ

Ερώτηση 20: Για ποίο λόγο πιστεύετε ότι γίνεται αξιολόγηση των εργαζομένων;

Για τον έλεγχο των εργαζομένων Για την αύξηση της παραγωγικότητας των εργαζομένων

Για την αύξηση των εσόδων Άλλο.....

Ερώτηση 21: Δίνεται η ευκαιρία για την εκπαίδευση του προσωπικού;

ΝΑΙ ΟΧΙ

Αν ΝΑΙ κάθε πότε πραγματοποιούνται οι αντίστοιχες δράσεις;

1-3 μήνες 3-6 μήνες 6-12 μήνες 12+ μήνες

Ερώτηση 22: Ο προϊστάμενός σας είναι διαθέσιμος να συζητήσει με το προσωπικό για τυχόν ζητήματα;

ΝΑΙ ΟΧΙ ΜΕΡΙΚΕΣ ΦΟΡΕΣ

Ερώτηση 23: Πόσο ικανοποιημένος/η είστε από τις σχέσεις σας με τους συναδέλφους σας;

ΚΑΘΟΛΟΥ ΛΙΓΟ ΜΕΤΡΙΑ ΣΧΕΤΙΚΑ
ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΜΕΝΟΣ/Η ΑΡΚΕΤΑ

Ερώτηση 24: Επηρεάζει την αποδοτικότητά σας στην εργασία σας ,οι σχέσεις που έχετε με τους συναδέλφους σας;

ΝΑΙ ΟΧΙ ΜΕΡΙΚΕΣ ΦΟΡΕΣ

Ερώτηση 25: Η διεύθυνση του ξενοδοχείου είναι πρόθυμη να συζητήσει κάποιες προτάσεις σας;

ΝΑΙ ΟΧΙ

Ερώτηση 26: Σε γενικές γραμμές πόσο ικανοποιημένος/η είστε από την εργασία σας στο συγκεκριμένο ξενοδοχείο;

Καθόλου Λίγο Μέτρια Πολύ Πάρα Πολύ

Ερώτηση 27: Θα προτείνατε το συγκεκριμένο ξενοδοχείο και σε κάποιον γνωστό σας για να εργασθεί;

ΝΑΙ ΟΧΙ